

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**

**Facultad de Ciencias Administrativas**

**Escuela Profesional de Administración**



**TESIS**

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO APLICADO A LOS COMENSALES DE LA  
BAGUETTERÍA & DELICATEZZE”**

**Presentada por:**

**Br. KATHERINE MILAGROS RUIZ ATOCHE**

**TESIS PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Línea Institucional: Ciencias Contables y Administrativas**

**Sub Línea de investigación: Administración de personas**

**Piura, Perú**

**2019**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**

**Facultad de Ciencias Administrativas  
Escuela Profesional de Administración**



**TESIS**

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO APLICADO A LOS COMENSALES DE LA  
BAGUETTERÍA & DELICATEZZE”**

**LA SUSCRITA DECLARA QUE LA PRESENTE TESIS ES ORIGINAL, EN SU  
CONTENIDO Y FORMA**

**TESISTA**

**Br. KATHERINE MILAGROS RUIZ ATOCHE**

**ASESOR**

**Dr. MARIO ENRIQUE RUESTA YARLEQUE**

**Piura, Perú**

**2019**

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

## Facultad de Ciencias Administrativas Escuela Profesional de Administración



### DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, **Katherine Milagros Ruiz Atoche**, identificada con DNI N° 72271371, en la condición de Bachiller egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y domiciliada en Calle junin N°163 La Brea Negritos, provincia de Talara, departamento de Piura, con celular N° 967015643 y con correo electrónico: katherine\_milagros18@hotmail.com.

DECLARO BAJO JURAMENTO, que el trabajo de investigación que presento a la Oficina Central de Investigación (OCIN), es original, no siendo copia ni parcial ni total de un trabajo de investigación desarrollado y/o realizado en el Perú o en el extranjero, en caso de resultar falsa la información que proporciono, me sujeto a los alcances de lo establecido en el Art. N° 411, del Código Penal, concordante con el Art. 32 de la Ley 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General y Normas Legales de Protección a los derechos de autor y otros.

En fe de lo cual firmo la presente.

Piura, setiembre de 2019

**Br. Katherine Milagros Ruiz Atoche**  
DNI N° 72271371

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**

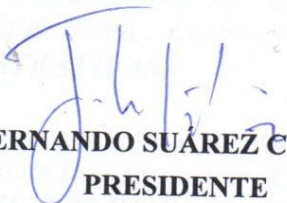
**Facultad de Ciencias Administrativas  
Escuela Profesional de Administración**



**TESIS**

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO APLICADO A LOS COMENSALES DE LA  
BAGUETTERÍA & DELICATEZZE”**

**APROBADA EN CONTENIDO Y ESTILO POR**

  
**Dr. FERNANDO SUÁREZ CARRASCO**  
**PRESIDENTE**

  
**Dr. CESAR ATOCHE PACHERRES**  
**SECRETARIO**

  
**Dr. ADOLFO ZETA VITE**  
**VOCAL**

**Piura, Perú**

**2019**





**UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA**  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 083-2019-UNP-FCCAA-UI**

Los miembros del Jurado Calificador que suscriben, reunidos para estudiar el Trabajo de Investigación, presentado por la señorita **Bachiller KATHERINE MILAGROS RUIZ ATOCHE**, denominado: **“LA CALIDAD DEL SERVICIO APLICADO A LOS COMENSALES DE LA BAGUETTERIA & DELICATEZZE”**, asesorada por el **DR. MARIO ENRIQUE RUESTA YARLEQUE**, oídas las observaciones y respuestas formuladas y de conformidad al Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, la declaran:

**APROBADA (X)**

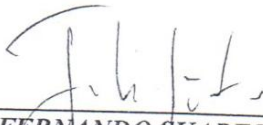
**DESAPROBADA ( )**

Con la mención de:

BUENO

- ( ) En consecuencia, queda en condición de ser ratificada por el Consejo Universitario de la Universidad Nacional de Piura y recibir el Título Profesional de **LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**.
- (X) En consecuencia, queda en condición de ser ratificada por el Consejo Universitario de la Universidad Nacional de Piura y recibir el Título Profesional de **LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**, después que la sustentante incorpore las sugerencias del Jurado Calificador.

Piura, 06 de Diciembre de 2019.

  
**DR. FERNANDO SUAREZ CARRASCO**  
Presidente

  
**DR. CESAR ATOCHE PACHERRES**  
Secretario

  
**DR. ADOLFO ZETA VITE**  
Vocal

## **DEDICATORIA**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres Maribel y Wilmer por ser mi pilar fundamental, por su apoyo incondicional, su amor, confianza, paciencia, buenos valores y son quienes me ayudan a trazar mi camino.

A ti hermano por tu apoyo cariño y aprecio

De manera especial a Erick que, con tu amor, respaldo, me ayudas alcanzar mis objetivos brindándome tu apoyo incondicional para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por darme el valor de salir adelante a pesar de todos obstáculos que se me presentaron y por los logros alcanzados hasta el momento.

A la empresa La Baguetteria & Delicatezze y a sus colaboradores por compartir sus conocimientos en el proceso del desarrollo de esta investigación.

A mis padres, hermano y a ti Erick que han sido mis guías en este trayecto de mi vida.

Al Dr. Mario Ruesta Yarleque y al Lic. Junior Paúl More Villegas por su asesoramiento y por brindarme su tiempo y apoyo incondicional, que me ha servido como guía para la ejecución y término de mi investigación.

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>xi</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS DE LA PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>4</b>
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problemas específicos .....	4
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
1.4.1. Objetivo general .....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
<b>1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>6</b>
2.1.1. Antecedentes internacionales .....	6
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	6
2.1.3. Antecedentes Locales.....	8
<b>2.2. BASES TEÓRICAS .....</b>	<b>9</b>
2.2.1. Calidad del servicio .....	9
<b>2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS BÁSICOS.....</b>	<b>12</b>
<b>2.4. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1. ENFOQUE.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2. DISEÑO .....</b>	<b>15</b>
<b>3.3. NIVEL .....</b>	<b>15</b>
<b>3.4. TIPO .....</b>	<b>15</b>
<b>3.5. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>15</b>



<b>3.6. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS .....</b>	<b>16</b>
<b>3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....</b>	<b>18</b>
<b>3.8. ASPECTOS ÉTICOS.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>19</b>
<b>4.1. RESULTADOS.....</b>	<b>19</b>
4.1.1. Características sociodemográficas .....	19
4.1.2. Dimensión tangibilidad .....	20
4.1.3. Dimensión fiabilidad .....	21
4.1.4. Dimensión capacidad de respuesta.....	22
4.1.5. Dimensión seguridad.....	23
4.1.6. Calidad del servicio de la empatía.....	24
4.1.7. Calidad del servicio .....	25
<b>4.2. DISCUSIÓN.....</b>	<b>27</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>29</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>31</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>32</b>
Anexo 1. Matriz de operacionalización de variable .....	32
Anexo 2. Matriz de consistencia .....	33
Anexo 3. Cuestionario de calidad del servicio .....	36
Anexo 4. Matriz de datos de prueba piloto .....	38
Anexo 5. Matriz general de datos.....	39
Anexo 6. Fotografías .....	44

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Modelos de calidad del servicio .....	11
Tabla 3.1. Determinación de Muestra .....	16
Tabla 3.2. Estadísticas de fiabilidad de prueba piloto .....	16
Tabla 3.3. Estadísticas de fiabilidad del estudio .....	16
Tabla 3.4. Calificación del cuestionario SERVPERF .....	17
Tabla 3.5. Técnicas e Instrumentos .....	18
Tabla 4.1. Género .....	19
Tabla 4.2. Edad .....	19
Tabla 4.3. Estado civil .....	19
Tabla 4.4. Nivel de instrucción .....	20
Tabla 4.5. Dimensión tangibilidad - Tabla general de frecuencias .....	20
Tabla 4.6. Dimensión tangibilidad - Medidas de tendencia central .....	20
Tabla 4.7. Dimensión fiabilidad - Tabla general de frecuencias .....	21
Tabla 4.8. Dimensión fiabilidad - Medidas de tendencia central .....	21
Tabla 4.9. Dimensión capacidad de respuesta - Tabla general de frecuencias .....	22
Tabla 4.10. Dimensión capacidad de respuesta - Medidas de tendencia central .....	22
Tabla 4.11. Dimensión seguridad - Tabla general de frecuencias .....	23
Tabla 4.12. Dimensión seguridad - Medidas de tendencia central .....	23
Tabla 4.13. Dimensión empatía - Tabla general de frecuencias .....	24
Tabla 4.14. Dimensión empatía - Medidas de tendencia central .....	24
Tabla 4.15. Calidad del servicio - Medidas de tendencia central .....	25
Tabla 4.16. Calidad del servicio y género- Medidas de tendencia central .....	25
Tabla 4.17. Calidad del servicio y estado civil - Medidas de tendencia central .....	25
Tabla 4.18. Calidad del servicio y nivel de instrucción - Medidas de tendencia central .....	26

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variable .....	32
Anexo 2. Matriz de consistencia .....	33
Anexo 3. Cuestionario de calidad del servicio .....	36
Anexo 4. Matriz de datos de prueba piloto .....	38
Anexo 5. Matriz general de datos.....	39
Anexo 6. Fotografías .....	44

## **RESUMEN**

La Baguettería & Delicatezze es una empresa de servicios de alimentos, destinada a un segmento A y B de la población, tiene ganado un sitio en la región Piura, su rubro es la preparación, producción y venta de productos de panadería, pastelería y restaurante con exquisitos insumos nacionales e internacionales. La presente investigación pertenece al nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Se enfocó en los comensales de la Baguettería & Delicatezze, para cumplir con el objetivo general y específico se aplicó el cuestionario SERVPERF, el mismo que valora las dimensiones: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y calidez o empatía. A través del cual permitió conocer el nivel de la calidad del servicio alcanzó una valoración de 3,02 lo que evidencia que es calificada como regular. De la cual destacan los elementos tangibles, la calidez o empatía del servicio y presenta mayor dificultad en las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad.

**Palabras claves: Calidad, Servicio, SERVPERF, Restaurante.**

## **ABSTRACT**

La Baguettería & Delicatezze is a food service company, destined for a segment A and B of the population, has won a seat in the Piura region, its heading is the preparation, production and sale of bakery and restaurant products with exquisite inputs National and international. This research belongs to the descriptive level, quantitative approach and non-experimental design. It focused on the guests of the Baguettería & Delicatezze, to meet the general and specific objectives the SERVPERF questionnaire was applied, which assesses the dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, security and warmth or empathy. Through which it allowed to know the level of the quality of the service reached an evaluation of 3.02 which evidences that it is qualified as regular. Of which the tangible elements, the warmth or empathy of the service stand out and present greater difficulty in the dimension's reliability, responsiveness and security.

**Keywords: Quality, Service, SERVPERF, Restaurant.**

## INTRODUCCIÓN

La calidad en el servicio al cliente no es un tema reciente dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han exigido el mejor trato y la mejor atención al adquirir un producto o servicio, seguido de la confiabilidad, calidad, tiempos razonables, precios, y constante innovación por parte de las mismas, por lo cual cada una de las organizaciones se han visto a la tarea de buscar diversas alternativas para enriquecer dichas exigencias.

Actualmente, existe una gran y ardua competencia entre las empresas por ser el primero en obtener la atención del cliente, mismo que puede llegar a tardar un largo proceso para convertirse en un cliente principal, consistiendo en frecuentes visitas a la entidad, o bien, de varias adquisiciones del producto que se ofrece, dependiendo del giro de la empresa; pero que a su vez, puede bastar con solo un minuto de romper las políticas establecidas para la calidad en el servicio, para perder ese cliente y que este opte por ir hacia la competencia. Por lo anterior, no se debe perder el objetivo de cumplir con la satisfacción al cliente, y cuidar celosamente de ellos, procurando mantener un juicio razonable y mostrando siempre una buena imagen de la empresa.

La Baguettería & Delicatzze – Open Plaza Piura es una empresa con un sitio ya ganado en la región Piura, caracterizada por la preparación, producción y venta de productos de panadería, pastelería y restaurante con exquisitos insumos nacionales e internacionales. Actualmente cuenta con 77 colaboradores en sus diferentes áreas de atención al cliente y por primera vez desde su creación en el año 2015 será sometida a un riguroso estudio para diagnosticar la calidad del servicio que se presta. La evaluación se realizará como consecuencia de la caída en la curva de rentabilidad de los años 2016 – 2017 que han ocasionado una reducción inesperada de personal. Con esta investigación se diagnosticó la calidad desde la perspectiva de los comensales.

El problema general identificado para investigación consistirá en determinar: ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguettería & Delicatzze? Planteada la problemática de este estudio se procedió a formular el objetivo general de esta investigación que consistió en: Determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguettería & Delicatzze.

La importancia de llevar a cabo una investigación descriptiva de este tipo radicó en que, hoy en día, basta con dejar insatisfecho a un cliente para que la reputación y el prestigio que la empresa ha ganado con el tiempo, se desmorona en cuestión de escasos minutos, como consecuencia de la fuerte influencia del entorno.

Por ello esta investigación sirve como evidencia teórica práctica para que los dueños de la empresa Baguettería & Delicatzze puedan darse cuenta que resulta de vital importancia brindar servicios de calidad y sobre todo contar con personal capacitado y comprometido con la calidad de los servicios prestados en la empresa.

Cabe mencionar que las caracterizaciones o resultados descriptivos se obtuvieron mediante la aplicación de un instrumento de recolección que fue aplicado principalmente a los comensales o clientes externos (escala Servperf) con la finalidad de identificar claramente si los resultados de evaluación aplicada a los clientes externos van en concordancia con el servicio prestado por los clientes internos de la empresa.

En la búsqueda de evidencia empírica se encontraron las siguientes investigaciones de ámbito internacional: “Evaluación de la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa” (Sánchez, 2017). A nivel nacional: “Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque” (Davila y Flores, 2017); “Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo Servperf en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014” (Tacunan, 2016). A nivel local: “Calidad del servicio al cliente en el restaurante La Lomita - Tambogrande, 2015” (Silva, 2015).

En síntesis, esta investigación proporciona información descriptiva acerca de la calidad del servicio prestado por la Baguettería & Delicatezze.

Finalmente, se señalan como resultados más relevantes de la investigación que el nivel de la calidad del servicio alcanzó una valoración de 3,02 lo que evidencia que es calificada como regular. De la cual destacan los elementos tangibles, la calidez o empatía del servicio y presenta mayor dificultad en las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad.



# **CAPÍTULO I: ASPECTOS DE LA PROBLEMÁTICA**

## **1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA**

La Baguettería & Delicatezze es una empresa de servicios de alimentos, destinada al segmento A y B de la población, cuya característica distintiva frente al resto de estratos es el nivel de ingresos mensual que percibe (superior a los S/ 2900.00 soles), la empresa tiene ganado un sitio en la región Piura, su rubro es la preparación, producción y venta de productos de panadería y restaurante con exquisitos insumos nacionales e internacionales; actualmente cuenta con 77 colaboradores en sus diferentes áreas de atención al cliente y no se han realizado investigaciones ni mediciones para los niveles de calidad del servicio que prestan a sus distinguidos y selectos comensales.

La problemática con respecto a la calidad del servicio, que se ha podido percibir gracias a la experiencia de la investigadora y durante su permanencia en esta empresa, se basa en que los comensales que asisten a este establecimiento (restaurante) son personas que pertenecen a un estrato socioeconómico alto, cuyas exigencias siempre resultan ser elevadas, acorde a ello los clientes no están dispuestos ni acostumbrados a los tiempos de espera altos, queriendo incluso ser atendidos con cuidados especiales; de acuerdo a lo anteriormente expuesto se tiene que señalar que el personal de atención al cliente debe estar muy bien capacitado para no cometer errores (colocar adecuadamente la vajilla y utilitarios en la mesa para no generar fastidio e inconformidad en los clientes), el personal de atención al cliente debe estar preparado para irrumpir adecuadamente y con mucho respeto en la mesa de sus clientes.

De acuerdo a los aspectos tangibles, los comensales están constantemente observando y opinando sobre la apariencia del personal, sobre las instalaciones, por ello se cambia semestralmente la temática del restaurant con la finalidad de brindarles un ambiente acogedor.

De acuerdo a la capacidad de respuesta se ha observado que el comportamiento de los comensales es demasiado complejo llegando al extremo de formular reclamos incluso cuando no se les abre la puerta al ingreso y salida del restaurante, son muy exigentes, les gusta un trato rápido, oportuno, seguro y sobre todo un trato personalizado.

Dentro de la fiabilidad y empatía se puede observar que a los clientes les gusta ser reconocidos en el restaurante por su nombre (lo cual parece ser que denota importancia y estatus para ellos), les gusta que les atienda siempre la misma persona (quien los atiende deberá conocer los gustos de sus clientes) entre otros factores referentes a la percepción de la calidad de los comensales.

Por todo lo antes expuesto, esta investigación buscó realizar un análisis mediante un instrumento ya validado a nivel internacional, y además adaptado al rubro estudiado; con la aplicación de este instrumento se pudo identificar los niveles de la calidad del servicio desde la perspectiva de los comensales, además permite identificar los condicionantes que posibilitan que los niveles de calidad mejoren. De no realizarse este estudio se podrá dejar de lado aspectos básicos y relevantes para mejorar el servicio, además ello redundará en pérdida de clientes y bajas en la rentabilidad de la empresa.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze?

### **1.2.2. Problemas específicos**

1. ¿Cuál es el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze?
2. ¿Cuál es el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze?
3. ¿Cuál es la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze?
4. ¿Cuál es el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze?
5. ¿Cuál es el nivel de empatía del personal de la Baguetteria & Delicatezze?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

La realización de un estudio sobre la calidad de servicio de atención al cliente es un factor clave para el éxito de una empresa. Las empresas muchas veces se centran más en la calidad del producto, en la promoción o en los precios, y olvidan que el cliente es cada vez más exigente y que esta dispuesto a tomar medidas cuando una compañía no le ofrece la atención que estaba esperando, la presente investigación resulta importante porque la competencia es cada vez mayor y más diferenciada y mientras exista más competencia, los clientes tendrán mayor oportunidad de decidir en dónde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes deciden dónde consumir.

A nivel práctico, los resultados de la aplicación del instrumento permiten identificar los aspectos en los que la empresa presenta falencias en cuanto al ámbito de la variable de estudio. Ello porque aporta al conocimiento de los niveles de calidad del servicio dentro de la Baguetteria & Delicatezze, la investigación ayuda a tener una perspectiva de los problemas existentes a los que se está refiriendo como la capacidad de respuesta, los aspectos tangibles, la fiabilidad, la seguridad y la empatía.

Desde el punto de vista metodológico, esta investigación se justifica, porque aplica la teoría Servperf adaptada al rubro de la empresa; gracias a la aplicación de un cuestionario que se ha adaptado a la realidad y dándole validez de contenido y confiabilidad en la etapa de desarrollo mediante el índice de Alfa de Cronbach.

Desde el punto de vista social las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo ayudarán a los directivos de la organización a tener entendimiento de los condicionantes de la calidad del servicio y así tener conocimiento más fundamentado para la implementación futura de servicios de calidad acorde a las exigencias y requerimientos de sus clientes con el objetivo de mantenerlos siempre satisfechos y de acuerdo a ello plantear nuevos estudios para mejorar la calidad del servicio.

Finalmente, se destaca que, ante la escasa información de investigaciones relacionadas en este tema en contextos comparativos internacionales, consideramos que este estudio sería una contribución académica de importancia, es decir esta investigación permite la ampliación de estudios en esta rama y sirve como base para próximas investigaciones.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. Objetivo general**

Determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

1. Identificar el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze.
2. Establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze.
3. Determinar la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze.
4. Establecer el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze.
5. Identificar el nivel de empatía del personal de la Baguetteria & Delicatezze.

## **1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El desarrollo del presente proyecto de investigación se llevó a cabo durante el año 2019; el consolidado de la información se realizó en el mes julio de 2019.

Desde el punto de vista espacial la investigación se desarrolló en el distrito de Castilla, provincia de Piura, departamento de Piura – Perú, y específicamente en las instalaciones de la Baguetteria & Delicatezze.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1. Antecedentes internacionales**

Sánchez (2017), en su investigación denominada: “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa”. Estudio presentado ante la Universidad Rafael Landívar. Cuyo objetivo general consistió en: “Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán” (p. 29).

La investigación se realizó en el restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan, Zacapa. La evaluación se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además, se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante.

Las variables de respuesta utilizadas fueron la calidad del servicio al cliente y las brechas de insatisfacción. Los indicadores propuestos fueron elementos tangibles, empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y fiabilidad. Los indicadores utilizados corresponden a las cinco dimensiones utilizadas en el método ServQual.

La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas.

Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas.

Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan. Por último, se plantea una propuesta de acciones que tienen como propósito reducir las brechas de insatisfacción encontradas para cada variable.

#### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

Davila y Flores (2017), en su investigación denominada: “Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. Cuyo objetivo general de investigación fue: “Evaluar la calidad de servicio del Restaurante Turístico El Cántaro – Lambayeque” (p. 12).

El enfoque de la investigación fue mixto, ya que tuvo una parte cualitativa y otra cuantitativa. Cualitativa debido a que se recogieron las percepciones de los clientes en cuanto a la calidad de servicio mediante el cuestionario utilizando la escala tipo Likert (SERVPERF). Asimismo, cuantitativa porque posteriormente, se asignaron pesos a cada alternativa para obtener promedio ponderados.

El alcance de la investigación es descriptivo, pues se ajusta al método que se aplicó para la elaboración del cuestionario sobre la calidad del servicio, que especificó las características de los fenómenos en condiciones naturales.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los clientes, quienes acuden al establecimiento, acompañados de amigos y/o familiares. Alcanzando un promedio de 100 clientes que acuden semanalmente. Se realizó un muestreo no probabilístico de tipo intencional o de

conveniencia llegando a establecer que la muestraria estaría compuesta por 80 personas mayores de 25 a 70 años quienes respondieron al cuestionario (compuesto únicamente de percepciones) de 22 ítems.

La aplicación de la encuesta con el modelo SERVPERF permitió identificar las diferentes percepciones que tienen los clientes cuando reciben el servicio en el restaurante turístico “El Cántaro” de Lambayeque. Afirmando que el 44,9 % de los encuestados está de acuerdo con el servicio brindado.

Hay que resaltar que el restaurante cuenta con una buena infraestructura, pero al parecer según los resultados de las encuestas los clientes esperan ver en sus instalaciones, una mejor tecnología en sus equipos, muebles y comodidad en el espacio.

Por otro lado, se obtuvo que los clientes aseguran que el restaurante “El Cántaro” de Lambayeque es una empresa que brinda la seguridad, amabilidad y confianza con sus colaboradores y clientes, siendo aquella empresa que prospera y que mayor importancia tiene el rubro de comidas tradicionales de Lambayeque según sus clientes; esta variable es una de las más fuertes del restaurante.

Se concluye, que los clientes se sienten conformes el servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

Tacunan (2016), en su investigación denominada: “Caracterización de la Calidad de Servicio bajo el Modelo SERVPERF en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurantes en el distrito de Huari, 2014”. Cuyo objetivo general de investigación fue: “Describir las principales características de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014” (p. 5).

El diseño de la investigación fue no experimental transeccional, porque recopiló datos en un solo momento, en un único tiempo. Siendo su propósito describir la variable en estudio. El tipo fue descriptivo y el nivel cuantitativo, porque proporcionó su descripción en la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en la micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014.

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta, mediante un cuestionario estructurado aplicado a los clientes de los restaurantes, en el distrito de Huari. El nivel de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en la micro y pequeñas empresas se midió por 20 atributos de los restaurantes las cuales fueron adaptadas al cuestionario SERVPERF de (Cronin, Morris y Taylor, Measuring service quality: a reexamination and extension, 1992), el cual posee siete alternativas de respuesta (escala de Likert).

La población para este estudio fueron los clientes de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes del distrito de distrito de Huari. Para la determinación de la población se utilizaron datos proporcionados por la Jefatura de rentas de la municipalidad provincial de Huari, del cual se eligió a 22 establecimientos, a los cuales se les consultó sobre la cantidad de clientes en el periodo de un mes, acto seguido se totalizó las cantidades proporcionadas por los establecimientos determinando una población de 11,490 clientes; de la cantidad mencionada se eligió a 336 clientes a través del muestreo aleatorio estratificado.

Los resultados alcanzados permitieron conocer que la calidad de servicio brindado por las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014; bajo los parámetros del modelo SERVPERF nos demuestra que es deficiente ya que no existe capacidad de respuesta por parte de los empleados, existe demora en la entrega del servicio, aunque los clientes consideran que el local donde reciben el servicio es aceptable.

En relación a las principales características de los clientes de la micro y pequeñas empresas, la mayoría de los encuestados tienen de 46 a 55 años de edad, el 61% son de género masculino y 45% tienen grado de instrucción superior no universitario, es por ello que son más exigentes en cuanto a la calificación de la calidad del servicio es por eso que determinado sector exigen Calidad de Servicio en la atención a los Clientes en los restaurantes.

Se ha reconocido que el modelo SERVPERF considera las características, de las cinco dimensiones son los siguientes: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía, y todas ellas han sido evaluadas en el presente estudio demostrándose que existe deficiencias en la calidad del servicio.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

Silva (2015), en su investigación denominada: “Calidad del servicio al cliente en el restaurante La Lomita - Tambogrande, 2015”. La misma que tuvo como objetivo general de investigación: “Determinar la calidad del servicio al cliente que brinda el restaurant La Lomita” (p. 11).

Dicho estudio es de tipo descriptivo, no experimental. El estudio inició observando las ineficiencias de la calidad del servicio al cliente que ofrecen los distintos restaurantes en el distrito de Tambogrande, ya que no toman en cuenta los diversos factores para la satisfacción del cliente. Posteriormente, se aplicó como cuestionario el mismo que recoge las dimensiones de una de las teorías de calidad, específicamente el modelo SERVPERF, propuesto por Cronin y Taylor (1994), quienes plantearon este modelo, como medida para la calidad del servicio enfocándose solo en las percepciones como buena aproximación a la satisfacción del cliente.

La población estuvo conformada por los clientes que visitan el restaurante " La Lomita" del Distrito de Tambogrande, durante el período de recojo de la información. La muestra se calculó a través de la fórmula de muestreo para poblaciones infinitas con un 95% de confianza y se acepta un error de estimación del 7.5% y la proporción de presencia o ausencia de la dimensión es de 0.5. Dando como resultado que la muestra representativa a analizar estuviera integrada por 171 clientes.

Los resultados a los que arribó dicha investigación fueron; que calidad del servicio que brinda el Restaurant " La Lomita" es buena, según lo confirma la mayoría de encuestados, obteniendo un promedio de 3,5.

Las dimensiones intangibles que han tenido mejor calificación son: Fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, con puntajes 3,5, 3,7, 3,9 y 3,6 respectivamente. La dimensión Fiabilidad hace referencia al interés que tiene la empresa por solucionar los problemas, realizar bien el servicio a la primera vez, aunque débil en las preguntas sobre la rapidez del servicio. la segunda hace mención que los mozos son muy atentos, siempre están dispuestos atenderlos. La tercera seguridad del servicio, la percepción es bastante favorable, ya que los empleados del restaurante generan confianza, los clientes se sienten seguros cuando realizan sus transacciones, el personal es siempre amable con los clientes, y tienen suficientes conocimientos para responder a sus respuestas y por último los aspectos relacionados a la empatía, los horarios son los más convenientes, que el restaurante se preocupa por sus intereses y que los empleados comprenden sus necesidades específicas.

La dimensión menos apreciada fue la de elementos tangibles, ya que tuvo un puntaje de 3.00 con ello pone el predominio lo intangible sobre lo tangible.

No obstante, hay dos aspectos que no son tan bien valorados; los clientes no concuerdan en que el restaurante en general y sus empleados en particular brinden atención personalizada a sus clientes. Por último, el aspecto de menor valoración, elementos tangibles, con promedio de 3.00 puntos la empresa no cuenta equipos de apariencia moderna, sus instalaciones son poco atractivas y lo mismo sucede con los materiales asociados al servicio, como la lista de piqueos, almuerzos y precio; no obstante, los encuestados están de acuerdo en que sus empleados, si tienen una apariencia pulcra.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Calidad del servicio**

Zeithaml (1987), define calidad de servicio como un juicio del consumidor sobre entidades excelentes o superiores. Por lo tanto, las empresas que buscan ofrecer una atención superior tienden a mantenerlo más satisfecho y, por lo tanto, se colocan en una posición más favorable en relación a los competidores.

Según Hoffman y Bateson (2010), la calidad en los servicios representa una manera de obtener éxito en relación con los servicios competidores, especialmente cuando varias empresas que prestan servicios casi idénticos compiten en un área pequeña.

Asimismo, Fitzsimmons y Fitzsimmons (2014), afirman que, en servicios, cuando se exceden las expectativas, el servicio es percibido como de calidad excepcional y también como una sorpresa agradable, mientras que, cuando las expectativas no son atendidas, calidad del servicio pasa a considerarse inaceptable.

Denton (1991), define la calidad del servicio como “la minimización de la distancia entre las expectativas del cliente con respecto al servicio y la percepción de éste tras su utilización”, (...) “depende en gran medida del tratamiento que reciben las personas encargadas del trato directo con el público en su trabajo diario y desde el momento de su incorporación” (p. 126).

Para Vargas y Aldana (2015), “la calidad de servicio es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio dado o artículo fabricado y según cualquier criterio, si es que tiene alguna opinión que ofrecer, mostrará una distribución que va desde la insatisfacción extrema a la mayor complacencia de gran satisfacción”.

Asimismo, Tschohl (2013), define la calidad del servicio como la “orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no sólo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma” (p. 9).

Grönroos (2009), define la calidad percibida del servicio como un proceso evaluativo en el cual el cliente compara sus expectativas del servicio con lo que el percibe que ha recibido en el servicio.

#### **2.2.1.1. Importancia de la calidad del servicio**

Además, Grönroos (2009), afirma que la calidad del servicio es una función de la cooperación de los distintos recursos, humanos y técnicos, una cultura que ponga el énfasis en la calidad, es de vital importancia para una gestión eficaz de la calidad, (...) dado que es más difícil controlar la calidad en el contexto de los servicios que en el de los productos, resulta absolutamente imprescindible desarrollar en la organización una orientación a los servicios e interés por la calidad. De esta forma la dirección puede llevar un control indirecto.

Cronin y Taylor (2014) indican que la satisfacción es el concepto general y calidad de servicio se refiere a los atributos específicos del servicio. Los atributos más importantes de la calidad del servicio son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles, los cuales han sido considerados como dimensiones en las escalas Servqual y Servperf; sostienen que cuando la calidad del servicio percibida es alta, entonces ésta conducirá a aumentar la satisfacción del cliente, la evaluación de la calidad del servicio conduce a la satisfacción del cliente.

Asimismo, Albrecht y Bradford (2004), indican que la calidad del servicio representa el resultado de cómo el usuario percibe la empresa a través del servicio que presta, afecta su percepción de la calidad del servicio y está asociada a la imagen que se forma sobre la organización”.



### **2.2.1.2. Modelos de calidad del servicio**

Grönroos (2009), propone tres dimensiones básicas que influyen en la calidad del servicio:

1. Calidad técnica (corresponde al soporte físico, los medios materiales, la organización interna, en conclusión, lo “qué” el consumidor recibe).
2. Calidad funcional (la forma en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de prestación del servicio, en conclusión, el “cómo” se recibe).
3. Imagen corporativa (la forma en que los clientes perciben la organización).

Albrecht y Bradford (2004), establece la filosofía del servicio y define los siguientes componentes:

1. El cliente: es la persona que compra los bienes o servicios que vendemos y como tal es a quien debemos identificar y conocer.
2. La estrategia: una vez se conoce al cliente tanto en su parte demográfica (donde se le ubica, qué hace, con quién vive, nivel de ingresos, entre otros), como psicográfica (que corresponde a lo que piensa y siente con respecto a nuestro producto o servicio), se establece la estrategia. La estrategia tiene dos orientaciones: una interna que tiene que ver con el servicio y otra externa que corresponde a la promesa del servicio que se ofrece a los clientes. esta promesa que se hace a los clientes debe ser monitoreada, debe medirse el nivel o grado en que se cumple; a ello se le denomina acuerdo de niveles de servicio, sobre los que se precisará más adelante al finalizar los componentes del triángulo de servicio.
3. La gente: este es el grupo de todas las personas que trabajan con la empresa, desde su presidente hasta la persona que hace el aseo. Las personas deben conocer, comprender y comprometerse con la estrategia y particularmente con la promesa de servicio.
4. Los sistemas: la empresa define y establece unas maneras o sistemas para dirigir el negocio. Unos sistemas pretenden coordinar a todo el personal que labora en la empresa. Otros sistemas están diseñados para que el cliente interactúe con el negocio y viceversa. Finalmente, otros sistemas se conectan con la estrategia del servicio, ya que en la medida en que la estrategia está centrada en el servicio al cliente, irá influenciando en los sistemas para focalizarlos también en el cliente.

Para Cronin y Taylor (2014), es necesario valorar la calidad del servicio desde las percepciones de la escala Servqual. A través, de las experiencias del servicio, desde los aspectos:

1. Tangibles: se refiere a la estructura interna de un establecimiento o institución, todo lo que los usuarios pueden visualizar. En este punto se hace referencia a la perspectiva que tiene el cliente en base a la visualización una vez que ingresa al establecimiento, con respecto a la infraestructura del inmueble, la presentación del personal, la forma en como receptan la información, si es clara o no, el estado en el cual están los equipos.
2. Fiabilidad o prestación del servicio: habilidad para generar el desarrollo del servicio de una excelente forma, tal como se prometió en primera instancia. En este punto los usuarios pueden darse cuenta sobre la habilidad que tienen los colaboradores en el momento de la atención incluyendo la confianza que ellos puedan transmitir; inclusive, la manera en la cual despejan sus dudas.
3. Capacidad de respuesta: cuando los colaboradores del servicio tienen el deseo de ayudar a los usuarios de forma rápida y concisa. Se toma muy en cuenta la percepción que tienen los usuarios con base al servicio que reciben desde su llegada a la empresa, estos percibirán la forma del servicio brindado por parte del personal y su rapidez para resolver los problemas.
4. Seguridad: la manera en la que el personal refleja confianza para los usuarios. En este punto se hace referencia a la seguridad que transmite cada colaborador que labora en la empresa,

se toma muy en cuenta desde el trato del personal de seguridad al momento de ingresar el usuario al establecimiento, así como el profesionalismo del personal administrativo.

5. Calidez o empatía: se refiere a la atención personal que se le ofrece a cada usuario; de tal manera, que el colaborador pueda comprender lo que necesita el cliente en determinado momento. Además, es la principal fuente para generar buenas referencias sobre el servicio brindado de la institución. Dentro de la institución debe existir un ambiente de comprensión y de entendimiento al cliente, se deberá garantizar la calidez con la cual los colaboradores tratan a los usuarios.

La Tabla 2.1 muestra el análisis comparativo entre los modelos de calidad del servicio, desde la perspectiva de los siguientes autores:

Tabla 2.1. Modelos de calidad del servicio

<b>Autor Concepto</b>	<b>Cronin y Taylor, (2014)</b>	<b>Grönroos, (2009)</b>	<b>Albrecht y Bradford, (2004)</b>
Calidad del servicio	Es una evaluación general que da el cliente de acuerdo a sus percepciones que adquiere en la atención y el desempeño de una organización, por lo tanto se enfoca en diferentes aspectos para poder evaluar si se realiza una buena calidad de servicio.	Proceso evaluativo en el cual el cliente compara sus expectativas del servicio con lo que el percibe que ha recibido en el servicio.	Es todo esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos.
Importancia de la calidad del servicio	Conduce a aumentar la satisfacción del cliente, la evaluación de la calidad del servicio conduce a la satisfacción del cliente.	Conecta las experiencias con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad.	Representa el resultado de cómo el usuario percibe la empresa a través del servicio que presta, afecta su percepción de la calidad del servicio y está asociada a la imagen que se forma sobre la organización.
Dimensiones de la calidad del servicio	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tangible</li> <li>2. Fiabilidad</li> <li>3. Capacidad de respuesta</li> <li>4. Seguridad</li> <li>5. Calidez o empatía</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Calidad técnica</li> <li>2. Calidad funcional</li> <li>3. Imagen corporativa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cliente</li> <li>2. Estrategia</li> <li>3. La gente</li> <li>4. Los sistemas</li> </ol>

Fuente: Fuente: SERVPERF versus SERVQUAL (Cronin y Taylor, 2014); La excelencia en el servicio (Albrecht y Bradford, 2004) y Marketing y gestión de servicios (Grönroos, 2009)

### **2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS BÁSICOS**

1. Ambiente organizacional. Serie de elementos culturales y de identidad de la organización, que hacen de ésta lo que es, con la voluntad de cumplir las expectativas de lo que debe ser. Se integra por cuestiones físicas como infraestructura, espacios, aspectos climáticos, mobiliario, así como por las normas, valores, cuestiones psicológicas y hasta místicas, que a la organización en su globalidad la caracterizan.
2. Clima organizacional. Resultado de la interacción del sujeto con el ambiente organizacional, que demuestra la influencia de la organización en el desempeño del individuo, tiene que ver con las experiencias individuales y colectivas de los miembros.
3. Comunicación externa. Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.
4. Comunicación interna. Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.
5. Comunicación organizacional. Comunicación que se gesta dentro de una organización. Sistema que constantemente sufre ajustes, complejo por sus relaciones con diversos públicos (tanto internos como externos). Procesos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es también la disciplina que se encarga de investigar y teorizar acerca de todo lo anterior con la voluntad de dar explicación a las organizaciones sociales.
6. Cultura corporativa (u organizacional). Conjunto de normas humanas y sociales que determinan comportamientos, y que diferencian a la organización de otras. Son sus valores, modelos de comportamiento, necesidades, expectativas, lenguaje, símbolos, señas, creencias, políticas, etc.
7. Diagnóstico. Día (a través) y gnos (conocer). Descripción de la situación de una organización con base en la recolección, sistematización e interpretación de la información respecto a ella.
8. Eficacia. La cualidad que logra que dentro de la vigencia se de el efecto deseado de cada labor de la organización, en calidad y cantidad.
9. Eficiencia. La manera en que se hacen las cosas en la organización. Facultad para que se efectúe cada actividad de la organización.
10. Estrategia de comunicación. Planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de la esta.

## **2.4. MARCO REFERENCIAL**

### **2.4.1. Baguetteria & Delicatezze S.A.C.**

Baguetteria & Delicatezze S.A.C, es una empresa de capitales piuranos que inicia sus actividades en el año 2015 con el objetivo de cubrir la demanda existente en nuestra ciudad en el rubro de alimentos procesados en la línea de panadería, pastelería y restaurant de comida italiana. La empresa se distingue por incorporar un estilo innovador, el diseño de su local, así como la calidad, variedad de sus productos y servicio ha hecho que hoy en día sea reconocida como una de las mejores empresas en su rubro.

En la actualidad se encuentra ubicada en uno de los centros comerciales más importantes de la ciudad lo que hace que en su mayoría el segmento de mercado sea el sector A y B (cuya característica principal es la referida al nivel de ingresos el nivel socioeconómico A presenta un nivel de ingresos de S/ 10.720, mientras que uno de B registra unos S/ 2.990 mensuales). Además, cuenta con los concesionarios del colegio Turicará y sucursales en la urbanización Santa Isabel, Santa María del Pinar, Plaza del Sol. El horario de atención al cliente es de lunes a domingo de 7:30 a.m. a 11:00 p.m.

La empresa a la fecha cuenta con 77 colaboradores en la tienda ubicada en Open Plaza Piura, distribuidos en las siguientes áreas:

1. Salón: 25 trabajadores los cuales son 2 supervisores, 9 mozos, 10 baristas, 4 cajeras.
2. Panadería: 16 trabajadores
3. Pastelería dulce: 7 trabajadores
4. Pastelería salada: 6 trabajadores
5. Cocina: 15 trabajadores
6. Administrativos: 8 trabajadores.

El área responsable de atención al cliente está integrada por los supervisores, mozos, barista los cuales tienen las siguientes funciones:

1. Supervisor: es el responsable del desarrollo y servicio del restaurant en el turno a cargo (apertura y cierre) garantizando el cumplimiento de las normas y estándares de calidad establecidos por la empresa.
2. Mozos: es el personal encargado de la atención al cliente, da la bienvenida a la empresa, ofrece la carta o menú del lugar. Luego de determinado tiempo se deberá ocupar de tomar el pedido a los mismos, tanto en lo que respecta a platos escogidos como también en materia de bebidas. Finalmente, recoge el menaje y utensilios una vez que los clientes hayan terminado de degustar sus alimentos.
3. Baristas: Es el trabajador profesional que se encarga de las bebidas, el café en diferentes presentaciones (Capuccino, Moccacino, Frapuccino, Café con leche u otros). Asimismo, despachan la venta de postres, variedad del pan, tortas, embutidos de la marca delicatezze.

#### **2.4.1.1. Filosofía de la empresa**

Según la información alcanzada por la empresa la misión es: “Preparar alimentos y bebidas de calidad, atendiendo las necesidades de nuestros clientes mediante un servicio de calidad y atención personalizada que asegure su satisfacción”.

Asimismo, la visión es: “Ser la mejor empresa en el rubro de panadería y cafetería y restaurant en todo el país, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores; capacidad creativa a favor del cliente. Tener un nivel de vida mejor para todos los colaboradores en beneficio de la organización. Lograr un empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes”.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. ENFOQUE**

Para el presente estudio se hizo uso del enfoque cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los estudios de enfoque cuantitativo representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

### **3.2. DISEÑO**

Esta investigación presenta un diseño no experimental. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, (...) “se trata de estudios en los que no se varía en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 152).

### **3.3. NIVEL**

El nivel de la investigación es descriptivo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

### **3.4. TIPO**

De acuerdo a la complejidad, características y el modelo utilizado la presente investigación es de tipo aplicada.

### **3.5. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La unidad de análisis está definida por los comensales de la Bagueteria Delicatezze que aproximadamente representan 14000 atenciones mensuales en promedio.

Para determinar y seleccionar la muestra de la población objeto de estudio se aplicó el muestreo probabilístico para poblaciones finitas.

Haciendo uso para ello del Software Epidat 4.2 (Programa para Análisis Epidemiológico de Datos), con un nivel de confianza del 95,00 %. Se consideró una probabilidad de éxito de 50,00 %, debido a la ausencia de estudios de estas características para la presente unidad de análisis; asumiendo un error de precisión de 7,00 %. Dando como resultado que la muestra representativa esté compuesta por 194 clientes de la Bagueteria Delicatezze.

Datos:

Tamaño de la Población:	14000
Proporción Esperada:	50,000 %
Nivel de Confianza:	95,0 %
Efecto de Diseño:	1,0

## Resultados:

Tabla 3.1. Determinación de Muestra

Precisión (%)	Tamaño de la Muestra
7,00	194

Fuente: Epidat 4.2 (Programa para Análisis Epidemiológicos de Datos)

### 3.6. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS

Objetivo 1: Para identificar el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Se coordinó con el administrador a fin de poder aplicar el cuestionario Servperf, en espacios de tiempo que no significaran una afectación al normal funcionamiento del establecimiento.
2. Se aplicó una prueba piloto a 40 clientes que acuden a la Baguetteria & Delicatezze, con la finalidad de realizar el análisis estadístico confirmatorio respecto a la validez y confiabilidad del cuestionario Servperf propuesto por Cronin y Taylor (2014), donde se presentan aseveraciones de criterio personal y cuyas respuestas están constituidas en una escala de evaluación de tipo Likert de cinco valores, siendo el valor mínimo (1) totalmente en desacuerdo y el valor máximo (5) totalmente de acuerdo. El mismo que valora las cinco dimensiones propuestas por los autores: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y calidez o empatía. Para la validez de contenido se toma como referencia la universalidad de aplicabilidad del constructo a utilizar.
3. Se digitó e ingreso el número de ítems que corresponde al cuestionario de calidad del servicio (Servperf), en la ventana “vista de variables” del software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 25 (22 ítems que corresponden a la variable de estudio).
4. Digitó e ingreso la data según los cuestionarios llenados por los clientes de la Baguetteria & Delicatezze en la ventana “vista de datos” del software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 25.
5. Una vez ingresada la información que corresponde a la data de la prueba piloto desarrollada, se procedió a calcular el Coeficiente Alfa de Cronbach, seleccionando los 22 ítems que corresponden al cuestionario, ingresando a la ventana “analizar”, luego a “escala”, finalmente a “análisis de fiabilidad”.

Tabla 3.2. Estadísticas de fiabilidad de prueba piloto

Coeficiente Alfa de Cronbach	Número de ítems	Participantes
0,81	22	40

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 4)

Tabla 3.3. Estadísticas de fiabilidad del estudio

Coeficiente Alfa de Cronbach	Número de ítems	Participantes
0,81	22	194

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 5)



6. Posterior a la obtención de las cifras que certificaron la aplicación del instrumento (valor de coeficiente Alfa de Cronbach de 0,81) se procedió a aplicar el cuestionario a 194 comensales de la Bagueteria Delicatezze.
7. Se procesó la información obtenida producto del llenado de los 194 cuestionarios aplicados a los comensales de la Bagueteria Delicatezze, siguiendo el procedimiento descrito en los apartados (3 y 4). Además, se obtuvo el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach del estudio obteniéndose como resultado cifras de 0,81.
8. Se procedió a calcular estadísticos descriptivos, que permitieron caracterizar eficientemente a la población objeto de estudio, mediante las variables, género, edad, estado civil y nivel de instrucción.
9. Finalmente, se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de los elementos tangibles. Los rangos para estas calificaciones se detallan a continuación:

Tabla 3.4. Calificación del cuestionario SERVPERF

<b>Nivel</b>	<b>Calificación</b>
Bajo	0 – 1,7
Regular	1,8 – 3,4
Alto	3,5 – 5

Fuente: Elaboración propia

Objetivo 2: Para establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.
2. También se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio del grado de fiabilidad.

Objetivo 3: Para determinar la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.
2. Se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión seguridad.

Objetivo 4: Para establecer el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria & Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.
2. Se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión capacidad de respuesta.

Objetivo 5: Para identificar el nivel de empatía del personal de la Baguetteria & Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:

1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.
2. Finalmente, se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión empatía.

### 3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Como instrumento utilizado se tiene la aplicación de cuestionarios a los comensales de la Bagueteria Delicatezze.

Tabla 3.5. Técnicas e Instrumentos

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Encuesta	Cuestionario (Anexo 3)

Fuente: Elaboración Propia

### 3.8. ASPECTOS ÉTICOS

La presente investigación se desarrolló de acuerdo con el Código de Ética para la investigación de la Universidad Nacional de Piura que señala:

Artículo 8.- Sobre fines de la investigación (...) aplicar teorías, modelos y en general conocimientos que la ciencia básica aporta, para poder interpretar los fenómenos problemáticos de tal forma que se susciten cambios favorables a partir de los significados y experiencias de quienes investigan, y también de quienes forman parte de la situación investigada en la realidad local, regional, nacional y mundial (VRI - UNP, 2016).

Artículo 27.- Sobre buenas prácticas en la investigación (...) los investigadores en todo momento deben seguir buenas prácticas de trabajo, conforme a la naturaleza de la investigación, a la normatividad y prácticas nacionales e internacionales, en especial protección de datos y confidencialidad (VRI - UNP, 2016).

Artículo 35.1.- Sobre la investigación con personas (...) Proteger los derechos, la dignidad, la integridad y el bienestar de las personas que participan en la investigación; formulando o tomando en consideración los protocolos de investigación correspondientes a las áreas de estudio, los cuales son sometidos a evaluación y aprobados por el Comité de ética” (VRI - UNP, 2016).

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### 4.1.1. Características sociodemográficas

Tabla 4.1. Género

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	89	45,9 %
Femenino	105	54,1 %
Total	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.1 presenta como se encuentra distribuida la muestra representativa según el género al que pertenecen. Del total de encuestados, el 54,1 % pertenece al género femenino y el 45,9 % es de género masculino.

Tabla 4.2. Edad

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 18 años	3	1,5 %
De 19 a 34 años	109	56,2 %
De 35 a 50 años	42	21,6 %
De 51 años a más	40	20,6 %
Total	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.2 muestra la edad de los comensales que asisten a la Bagueteria Delicatezze, el 56,2 % cuenta con una edad que oscila entre los 19 y 34 años de edad y el 21,6 % de los encuestados tienen edades de entre 35 y 50 años de edad.

Tabla 4.3. Estado civil

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Soltero	124	63,9 %
Casado	69	35,6 %
Viudo	1	0,5 %
Total	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.3 muestra el estado civil de los comensales que asisten a la Bagueteria Delicatezze, el 63,9 % de los encuestados son solteros y el 35,6 % son casados.

Tabla 4.4. Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	4	2,1 %
Técnico superior	37	19,1 %
Superior universitario	147	75,8 %
Estudio de posgrado	6	3,1 %
Total	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.4 muestra el nivel de instrucción de la muestra representativa, el 75,8 % cuenta con estudios superior universitario y el 19,1 % tiene una formación técnica superior.

#### 4.1.2. Dimensión tangibilidad

Tabla 4.5. Dimensión tangibilidad - Tabla general de frecuencias

Dimensión tangibilidad	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
El equipamiento del establecimiento (menaje, zona de atención, mesas, sillas) está en buen estado de conservación.	22	11,3 %	40	20,6 %	64	33,0 %	42	21,6 %	26	13,4 %	194	100,0 %
Las instalaciones son cómodas y agradables.	26	13,4 %	28	14,4 %	70	36,1 %	48	24,7 %	22	11,3 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento tiene apariencia limpia y agradable.	9	4,6 %	32	16,5 %	63	32,5 %	60	30,9 %	30	15,5 %	194	100,0 %
El material informativo empleado es útil y fácil de entender.	19	9,8 %	33	17,0 %	60	30,9 %	55	28,4 %	27	13,9 %	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

Tabla 4.6. Dimensión tangibilidad - Medidas de tendencia central

	Min.	Max.	Media	Desv.
<b>Dimensión tangibilidad</b>	1	5	3,17	1,157
El equipamiento del establecimiento (menaje, zona de atención, mesas, sillas) está en buen estado de conservación.	1	5	3,05	1,190
Las instalaciones son cómodas y agradables.	1	5	3,06	1,177
El personal del establecimiento tiene apariencia limpia y agradable.	1	5	3,36	1,074
El material informativo empleado es útil y fácil de entender.	1	5	3,20	1,171

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.6 muestra la opinión de los comensales de la Bagueteria Delicatezze respecto a los elementos tangibles del establecimiento, la valoración en general es regular, tomando como referencia un valor promedio de 2,5. Los comensales valoran la apariencia pulcra con la que luce el personal de atención al cliente (encargados de sala), obteniendo este ítem el mayor valor promedio respecto a esta dimensión de 3,36. No obstante, el ítem que menor calificación obtuvo es el referido a las condiciones del menaje, mesas y sillas con un valor medio de 3,05.

Los comensales valoran regularmente los elementos tangibles que forman parte del servicio que brinda esta empresa con valoraciones comprendidas en el rango de calificación de 3,17. Lo expresado anteriormente, coincide con la información contenida en la Tabla 4.5 donde se muestra que las valoraciones totales se encuentran comprendidas en las opciones indiferente y de acuerdo.

### 4.1.3. Dimensión fiabilidad

Tabla 4.7. Dimensión fiabilidad - Tabla general de frecuencias

Dimensión fiabilidad	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Cuando el establecimiento promete absolver algún inconveniente, cumple con ello.	35	18,0 %	33	17,0 %	65	33,5 %	35	18,0 %	26	13,4 %	194	100,0 %
El personal se esfuerza por brindar un buen servicio desde el primer momento.	21	10,8 %	34	17,5 %	65	33,5 %	47	24,2 %	27	13,9 %	194	100,0 %
Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal del establecimiento para que se haga cargo de mi asunto.	27	13,9 %	38	19,6 %	58	29,9 %	43	22,2 %	28	14,4 %	194	100,0 %
El establecimiento concluye el servicio en el tiempo prometido.	36	18,6 %	49	25,3 %	52	26,8 %	36	18,6 %	21	10,8 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento muestra una sincera preocupación por no cometer errores.	38	19,6 %	45	23,2 %	60	30,9 %	29	14,9 %	22	11,3 %	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

Tabla 4.8. Dimensión fiabilidad - Medidas de tendencia central

	Min.	Max.	Media	Desv.
<b>Dimensión fiabilidad</b>			2,92	1,247
Cuando el establecimiento promete absolver algún inconveniente, cumple con ello.	1	5	2,92	1,269
El personal se esfuerza por brindar un buen servicio desde el primer momento.	1	5	3,13	1,182
Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal del establecimiento para que se haga cargo de mi asunto.	1	5	3,04	1,248
El establecimiento concluye el servicio en el tiempo prometido.	1	5	2,78	1,254
El personal del establecimiento muestra una sincera preocupación por no cometer errores.	1	5	2,75	1,251

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.8 muestra la opinión de los comensales de la Bagueteria Delicatezze respecto a la habilidad que tiene el personal para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa, la valoración en general es regular, tomando como referencia un valor promedio de 2,5. Los comensales califican de sobremanera el esfuerzo con el que los colaboradores se encargan de brindar el servicio desde el primer momento, obteniendo este ítem el mayor valor promedio respecto a esta dimensión de 3,13. No obstante, el ítem que menor calificación obtuvo es el referido incidencia de errores por parte del personal con un valor medio de 2,75.

Los comensales valoran regularmente la habilidad que tiene el personal para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa, con valoraciones comprendidas en el rango de calificación de 2,92. Lo expresado anteriormente, coincide con la información contenida en la Tabla 4.7 donde se muestra que las valoraciones totales se encuentran comprendidas en las opciones indiferente y de acuerdo.

#### 4.1.4. Dimensión capacidad de respuesta

Tabla 4.9. Dimensión capacidad de respuesta - Tabla general de frecuencias

Dimensión capacidad de respuesta	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
El personal del establecimiento informa oportunamente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio	45	23,2 %	37	19,1 %	55	28,4 %	42	21,6 %	15	7,7 %	194	100,0 %
El establecimiento presta un servicio eficiente y oportuno.	38	19,6 %	35	18,0 %	71	36,6 %	35	18,0 %	15	7,7 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento siempre está dispuesto a atenderlo o ayudarlo.	23	11,9 %	26	13,4 %	65	33,5 %	46	23,7 %	34	17,5 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento siempre está dispuesto en responder las preguntas de sus clientes.	21	10,8 %	36	18,6 %	70	36,1 %	43	22,2 %	24	12,4 %	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

Tabla 4.10. Dimensión capacidad de respuesta - Medidas de tendencia central

	Min.	Max.	Media	Desv.
<b>Capacidad de respuesta</b>			2,94	1,222
El personal del establecimiento informa oportunamente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio.	1	5	2,72	1,254
El establecimiento presta un servicio eficiente y oportuno.	1	5	2,76	1,185
El personal del establecimiento siempre está dispuesto a atenderlo o ayudarlo.	1	5	3,22	1,228
El personal del establecimiento siempre está dispuesto en responder las preguntas de sus clientes.	1	5	3,07	1,156

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.10 muestra la opinión de los comensales de la Bagueteria Delicatezze respecto a la disposición y voluntad para ayudar a los clientes mediante un servicio rápido y oportuno, la valoración en general es regular, tomando como referencia un valor promedio de 2,5. Los comensales califican de sobremanera la disposición mostrada por el personal de ayudar a los comensales, obteniendo este ítem el mayor valor promedio respecto a esta dimensión de 3,22. No obstante, el ítem que menor calificación obtuvo es el que se refiere a lo inoportuno con que se informa de las condiciones del servicio con un valor medio de 2,72.

Los comensales valoran regularmente la disposición y voluntad para ayudar a los clientes mediante un servicio rápido y oportuno, con valoraciones comprendidas en el rango de calificación de 2,94. Lo expresado anteriormente, coincide con la información contenida en la Tabla 4.9 donde se muestra que las valoraciones totales se encuentran comprendidas en las opciones indiferente y de acuerdo.

#### 4.1.5. Dimensión seguridad

Tabla 4.11. Dimensión seguridad - Tabla general de frecuencias

Dimensión seguridad	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
El comportamiento del personal del establecimiento inspira confianza.	21	10,8 %	36	18,6 %	62	32,0 %	59	30,4 %	16	8,2 %	194	100,0 %
Las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad).	37	19,1 %	40	20,6 %	67	34,5 %	36	18,6 %	14	7,2 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento es siempre amable con usted.	15	7,7 %	43	22,2 %	64	33,0 %	47	24,2 %	25	12,9 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento es competente y profesional.	21	10,8 %	26	13,4 %	96	49,5 %	35	18,0 %	16	8,2 %	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Baguetería Delicatezze (ver Anexo 3)

Tabla 4.12. Dimensión seguridad - Medidas de tendencia central

	Min.	Max.	Media	Desv.
<b>Seguridad</b>			2,98	1,126
El comportamiento del personal del establecimiento inspira confianza.	1	5	3,07	1,120
Las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad).	1	5	2,74	1,176
El personal del establecimiento es siempre amable con usted.	1	5	3,12	1,131
El personal del establecimiento es competente y profesional.	1	5	2,99	1,041

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Baguetería Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.12 muestra la opinión de los comensales de la Baguetería Delicatezze respecto a los conocimientos y atención mostrado por el personal, y el nivel de habilidades para inspirar confianza y credibilidad, la valoración en general es regular, tomando como referencia un valor promedio de 2,5. Los comensales califican de sobremanera la amabilidad con que se brinda el servicio en la empresa, obteniendo este ítem el mayor valor promedio respecto a esta dimensión de 3,12. No obstante, el ítem que menor calificación obtuvo es el que se refiere a la seguridad de las instalaciones, con un valor medio de 2,74.

Los comensales valoran regularmente los conocimientos y atención mostrado por el personal, y el nivel de habilidades para inspirar confianza y credibilidad, con valoraciones comprendidas en el rango de calificación de 2,98. Lo expresado anteriormente, coincide con la información contenida en la Tabla 4.11 donde se muestra que las valoraciones totales se encuentran comprendidas en las opciones indiferente y de acuerdo.



#### 4.1.6. Calidad del servicio de la empatía

Tabla 4.13. Dimensión empatía - Tabla general de frecuencias

Dimensión empatía	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indiferente		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
El establecimiento brinda a sus clientes una atención individualizada.	11	5,7 %	47	24,2 %	71	36,6 %	46	23,7 %	19	9,8 %	194	100,0 %
Los horarios de atención del establecimiento se adaptan a las necesidades de los clientes.	17	8,8 %	26	13,4 %	73	37,6 %	57	29,4 %	21	10,8 %	194	100,0 %
El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.	18	9,3 %	41	21,1 %	77	39,7 %	44	22,7 %	14	7,2 %	194	100,0 %
El establecimiento se preocupa por el bienestar de sus clientes.	11	5,7 %	42	21,6 %	65	33,5 %	51	26,3 %	25	12,9 %	194	100,0 %
El establecimiento comprende los gustos y preferencias de los clientes.	24	12,4 %	36	18,6 %	54	27,8 %	54	27,8 %	26	13,4 %	194	100,0 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Baguetería Delicatezze (ver Anexo 3)

Tabla 4.14. Dimensión empatía - Medidas de tendencia central

	Min.	Max.	Media	Desv.
<b>Empatía</b>			3,11	1,102
El establecimiento brinda a sus clientes una atención individualizada.	1	5	3,08	1,048
Los horarios de atención del establecimiento se adaptan a las necesidades de los clientes.	1	5	3,20	1,085
El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.	1	5	2,97	1,050
El establecimiento se preocupa por el bienestar de sus clientes.	1	5	3,19	1,092
El establecimiento comprende los gustos y preferencias de los clientes.	1	5	3,11	1,221

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Baguetería Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.14 muestra la opinión de los comensales de la Baguetería Delicatezze respecto a la disposición del personal por ofrecer a los clientes una atención personalizada, la valoración en general es regular, tomando como referencia un valor promedio de 2,5. Los comensales califican de sobremanera el horario de atención del establecimiento (3,20) y la preocupación que muestra el personal por el bienestar de los clientes (3,19). No obstante, el ítem que menor calificación obtuvo es el que se refiere la discreción, respeto e intimidad con que se aborda el trato por parte de los colaboradores encargados de sala con un valor medio de 2,97.

Los comensales valoran regularmente la disposición del personal por ofrecer a los clientes una atención personalizada, con valoraciones comprendidas en el rango de calificación de 3,11. Lo expresado anteriormente, coincide con la información contenida en la Tabla 4.13 donde se muestra que las valoraciones totales se encuentran comprendidas en las opciones indiferente y de acuerdo.

#### 4.1.7. Calidad del servicio

Tabla 4.15. Calidad del servicio - Medidas de tendencia central

	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>	<b>Nivel</b>
<b>Calidad del servicio</b>	3,02	1,176	Regular
Elementos tangibles	3,17	1,157	Regular
Fiabilidad	2,92	1,247	Regular
Capacidad de respuesta	2,94	1,222	Regular
Seguridad	2,98	1,126	Regular
Calidez o empatía	3,11	1,102	Regular

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.15 muestra el resumen de los resultados obtenidos en el presente estudio. Obteniendo que el total de dimensiones que componen la calidad del servicio tienen valoraciones cercanas a 3 en promedio, presentando una percepción parcialmente positiva, destacando la condición de los elementos tangibles (3,17) y disposición del personal por ofrecer a los clientes una atención personalizada (3,11). Aún cuando, la habilidad que tiene el personal para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa es la dimensión que menor calificación alcanzó.

Tabla 4.16. Calidad del servicio y género- Medidas de tendencia central

	<b>Masculino</b>		<b>Femenino</b>	
	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>
Calidad del servicio	3,09	0,55	2,97	0,49

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.16 muestra la valoración del servicio brindado por la Bagueteria Delicatezze desde la percepción de los comensales que acuden al establecimiento según el género al que pertenece. Los resultados muestran que los comensales de género masculino son quienes mejor valoración asignan al servicio con una calificación promedio de 3,09. No obstante, los comensales de género femenino asignan una calificación de 2,97.

Tabla 4.17. Calidad del servicio y estado civil - Medidas de tendencia central

	<b>Soltero</b>		<b>Casado</b>	
	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>	<b>Media</b>	<b>Desv.</b>
Calidad del servicio	2,94	0,53	3,18	0,47

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.17 muestra la valoración del servicio brindado por la Bagueteria Delicatezze desde la percepción de los comensales que acuden al establecimiento según el estado civil al que pertenecen. Los resultados muestran que los comensales con condición de casados son quienes mejor valoración asignan al servicio con una calificación promedio de 3,18, convirtiéndose en el grupo que mejor valoración asigna. No obstante, los comensales con condición de soltero asigna una calificación de 2,94.

Tabla 4.18. Calidad del servicio y nivel de instrucción - Medidas de tendencia central

	Secundaria		T. Superior		Superior U.		Posgrado	
	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.
Calidad del servicio	2,72	0,31	2,87	0,55	3,09	0,50	2,86	0,75

Fuente: Cuestionario aplicado a los comensales de la Bagueteria Delicatezze (ver Anexo 3)

La Tabla 4.18 muestra la valoración del servicio brindado por la Bagueteria Delicatezze desde la percepción de los comensales que acuden al establecimiento según el nivel de instrucción alcanzado. Los resultados muestran que los comensales con estudio superior universitario son quienes mejor valoración asignan al servicio con una calificación promedio de 3,09, convirtiéndose en el grupo que mejor valoración asigna. No obstante, los comensales con nivel de instrucción secundario asigna una calificación de 2,72.

## 4.2. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo general de esta investigación se determinó el nivel de calidad del servicio brindado por la Baguetteria & Delicette. Obteniendo que el servicio alcanzó una valoración regular de 3,02. Las dimensiones que componen la variable estudiada tienen calificaciones cercanas a 3, donde destacan los elementos tangibles y la disposición del personal por ofrecer a los clientes una atención personalizada. Por el contrario presenta dificultades en la habilidad que tiene el personal para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación denominada: “Calidad del servicio al cliente en el restaurante La Lomita - Tambogrande, 2015”. En la que la valoración del servicio alcanzó una calificación de 3,5 en promedio.

Además, presentan diferencias con los resultados obtenidos por Davila y Flores (2017), en su investigación denominada: “Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. En la que el 44,9 % valora de manera positiva el servicio. Los clientes se sienten conformes el servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

En cuanto al primer objetivo específico se tiene que los aspectos tangibles del servicio brindado por la Baguetteria & Delicette. Obteniendo una valoración regular de 3,17.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación. En la que la valoración de los elementos tangibles alcanzaron una calificación de 3,0 en promedio.

Respecto al segundo objetivo específico se tiene que la habilidad que tiene el personal para realizar el servicio de manera fiable y cuidadosa. Obteniendo una calificación regular de 2,92.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación. En la que la valoración de la fiabilidad alcanzó una calificación de 3,5 en promedio.

Dadas las condiciones que anteceden se sustenta lo expuesto por Albrecht y Bradford (2004), quienes indican que la calidad del servicio representa el resultado de cómo el usuario percibe la empresa a través del servicio que presta, afecta su percepción de la calidad del servicio y está asociada a la imagen que se forma sobre la organización”.

En cuanto al tercer objetivo específico se tiene que a la disposición y voluntad para ayudar a los clientes mediante un servicio rápido y oportuno. Obteniendo una calificación regular de 2,94.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación. En la que la valoración de la capacidad de respuesta alcanzó una calificación de 3,7 en promedio.

Lo descrito anteriormente corrobora la literatura de Cronin y Taylor (2014), quienes afirman que se toma muy en cuenta la percepción que tienen los usuarios con base al servicio que reciben desde su llegada a la empresa, estos percibirán la forma del servicio brindado por parte del personal y su rapidez para resolver los problemas.

En cuanto al cuarto objetivo específico se tiene que los conocimientos y atención mostrado por el personal, y el nivel de habilidades para inspirar confianza y credibilidad, obtiene una calificación regular de 2,98.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación. En la que la valoración de la seguridad alcanzó una calificación de 3,9 en promedio.

Dadas las condiciones de anteceden se corrobora la teoría de Cronin y Taylor (2014), quienes afirman que la seguridad que transmite cada colaborador que labora en la empresa, se toma muy en cuenta desde el trato del personal de seguridad al momento de ingresar el usuario al establecimiento, así como el profesionalismo del personal administrativo.

Respecto al quinto objetivo específico se tiene que la disposición del personal por ofrecer a los clientes una atención personalizada, obtiene una calificación regular de 3,11.

Estos hallazgos presentan diferencias con los resultados obtenidos por Silva (2015), en su investigación. En la que la valoración de la empatía alcanzó una calificación de 3,6 en promedio.

Lo descrito anteriormente confirma lo expuesto por Tschohl (2013), quien afirma que la calidad del servicio como la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa, y no sólo a las que tratan personalmente con los clientes o a las que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o de cualquier otra forma.

## CONCLUSIONES

1. En cuanto a la dimensión tangibilidad se ha considerado con un nivel regular, el servicio que brinda la empresa específicamente en el área de atención al cliente (salón) se caracteriza por la apariencia parcial de equipos modernos, sus instalaciones son poco atractivas, lo mismo sucede con los materiales asociados al servicio, como la carta y el equipamiento del establecimiento (sillas, menaje y mesas), no obstante, los encuestados están de acuerdo en que sus empleado, si tienen una apariencia pulcra.
2. En lo que refiere a la dimensión fiabilidad, esta se ha considerado con un nivel regular, debido a que existe una parcial disposición por absolver alguna irregularidad respecto a la preparación de los pedidos (excesos de insumos), ya que se incide de sobremanera en la postura de la organización por sobre la del cliente.
3. En lo que respecta a la dimensión capacidad de respuesta, esta se ha considerado con un nivel regular, los clientes concuerdan en que el establecimiento en general y sus colaboradores realizan una inadecuada atención personalizada a sus clientes, además de que existen horarios en que se genera una aglomeración de pedidos lo que retrasa el cumplimiento oportuno de las exigencias de los clientes.
4. En lo relacionado a la dimensión seguridad esta se ha considerado con un nivel regular, si bien es cierto la empresa cuenta con una conveniente distribución de sus áreas, estas carecen de una adecuada señalización en las columnas del salón.
5. En cuanto a la dimensión empatía, esta se ha considerado en un nivel regular, ya que en algunos casos los colaboradores exceden la confianza que brindan con clientes y optan por abordar algunos temas con ellos debido a que se trata de clientes recurrentes.
6. De manera complementaria al estudio realizado se pudo determinar la calidad del servicio en función al género, nivel de instrucción y estado civil de los encuestados. Los comensales de género masculino son quienes mejor calificación atribuyen al servicio, de la misma manera aquellos clientes que tienen la condición de casado y los comensales que tienen como nivel máximo de instrucción superior universitario.
7. De manera global y como conclusión general y final de la investigación se tiene que en opinión de los comensales de la Baguettería & Delictezze el nivel de la calidad del servicio, alcanza un nivel regular de 3,02 de un máximo posible de 5, lo que indica que existen condiciones a mejorar, evaluadas en este estudio.

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se han considerado pertinentes en base a la investigación realizada son las siguientes:

1. Se recomienda renovar piezas de menaje (tasas del café, los utensilios para el azúcar, los azafates para despacho de los pedidos, algunos platos para el postre); al mismo tiempo realizar el tapizado de sillas para mayor comodidad de los clientes. Del mismo modo, actualizar la información contenido en la carta, debido a que aún persiste la información de algunos platos que la empresa ya no brinda.
2. Asumir una postura más condescendiente respecto a la postura del cliente frente a algunos excesos que se comenten en cuanto a la sazón de los platos que se preparan. Se ha presentado ocasiones en que el cliente indica que la papa a la huancaína se encuentra algo salada el mozo se lo hace saber al supervisor, posteriormente el supervisor de turno se lo comunica al encargado de cocina de turno, procediendo a comunicar que todo está bien ante ello se procede a comunicarle al usuario que en cocina indican que el producto se encuentra en las condiciones óptimas de preparación. Por tanto, se recomienda hacer hincapié a los responsables de cocina en tener un mayor cuidado en la preparación de los mismos.
3. Disponer de un mayor número de colaboradores, especialmente en salón a fin de que puedan cumplir con las exigencias de la totalidad de clientes que visitan el establecimiento.
4. Ubicar elementos de señalización a fin de que los clientes puedan identificar las zonas más seguras de las que dispone la estructura del establecimiento en situación de emergencia.
5. Promover la práctica de respeto por parte de los colaboradores hacia los clientes, conociendo en todo momento su condición.
6. Se recomienda difundir los resultados del presente proyecto de tesis entre los integrantes de la organización a fin de dar a conocer las condiciones que presenta el servicio brindado por Baguettería & Delicatzze.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. y Bradford, L. J. (2004). La excelencia en el servicio. 3R Editores.
- Cronin, J. y Taylor, S. (2014). Servperf versus Servqual: conciliar la medición de la calidad del servicio basada en el rendimiento y las percepciones, menos las expectativas. *Revista de marketing*.
- Davila Torres, K. G. y Flores Diaz, M. B. (2017). Evaluación de la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque (Tesis de Licenciatura), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/848/1/TL\\_DavilaTorresKaren\\_FloresDiazMeliza.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/848/1/TL_DavilaTorresKaren_FloresDiazMeliza.pdf)
- Denton, D. K. (1991). Calidad en el servicio a los clientes. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Fitzsimmons, J. A. y Fitzsimmons, M. J. (2014). Administración de Servicios: operaciones, estrategia y tecnología de la información. Amgh Editora.
- Grönroos, C. (2009). Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Madrid, España: Campus.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a ed.). Editorial Mc Graw Hill. México. 2014.
- Hoffman, K. D. y Bateson, J. E. G. (2010). Marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos (4a ed.). Cengage Learning.
- Programa para Análisis Epidemiológico de Datos (Version 4.1). (2016). Recuperado de <http://www.sergas.es/Saude-publica/EPIDAT>
- Sánchez España, A. L. (2017). Evaluación de la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa (Tesis de Licenciatura), Universidad Fafael Landívar, Zacapa, Guatemala. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Silva Ipanaque, M. N. (2015). Calidad del servicio al cliente en el restaurante La Lomita - Tambogrande, 2015 (Tesis de Licenciatura), Universidad Nacional de Piura, Tambogrande, Piura. Recuperado de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/352/ADM-SIL-IPA-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tacunan Bonifacio, N. (2016). Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVPERF en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Huari, 2014 (Tesis de Licenciatura), Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaráz, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/978>
- Tschohl, J. (2013). Servicio al cliente: técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios (Octava Edición). Editorial Pax México.
- Vargas Quiñones, M. E. y Aldana de Vega, L. (2015). Calidad y servicio: Conceptos y herramientas. Ecoe Ediciones.
- Zeithaml, V. A. (1987). Definir y relacionar precio, calidad percibida y valor percibido. Cambridge, Massachusetts.



## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Calidad del servicio	Cronin y Taylor (2014), indican que la calidad en el servicio es una evaluación general que da el cliente de acuerdo a sus percepciones que adquiere en la atención y el desempeño de una organización, por lo tanto se enfoca en diferentes aspectos para poder evaluar si se realiza una buena calidad de servicio.	Se utilizará la técnica de la encuesta, aplicando como instrumento el cuestionario diseñado por Cronin y Taylor (2014), con el cual se realizará el recojo de datos que posteriormente serán procesados a fin de conocer los niveles de calidad del servicio de Baguetteria & Delicatzze.	Tangibilidad	El equipamiento del establecimiento (menaje, zona de atención, mesas, sillas) está en buen estado de conservación.
				Las instalaciones son cómodas y agradables.
				El personal del establecimiento tiene apariencia limpia y agradable.
				El material informativo empleado es útil y fácil de entender.
			Fiabilidad	Cuando el establecimiento promete absolver algún inconveniente, cumple con ello.
				El personal se esfuerza por brindar un buen servicio desde el primer momento.
				Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal del establecimiento para que se haga cargo de mi asunto.
				El establecimiento concluye el servicio en el tiempo prometido.
				El personal del establecimiento muestra una sincera preocupación por no cometer errores.
			Capacidad de respuesta	El personal del establecimiento informa oportunamente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio
				El establecimiento presta un servicio eficiente y oportuno.
				El personal del establecimiento siempre está dispuesto a atenderlo o ayudarlo.
				El personal del establecimiento siempre está dispuesto en responder las preguntas de sus clientes.
			Seguridad	El comportamiento del personal del establecimiento inspira confianza.
				Las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad).
				El personal del establecimiento es siempre amable con usted.
				El personal del establecimiento es competente y profesional.
			Calidez o empatía	El establecimiento brinda a sus clientes una atención individualizada.
				Los horarios de atención del establecimiento se adaptan a las necesidades de los clientes.
				El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.
				El establecimiento se preocupa por el bienestar de sus clientes.
				El establecimiento comprende los gustos y preferencias de los clientes.

## Anexo 2. Matriz de consistencia

TITULO: “LA CALIDAD DEL SERVICIO APLICADO A LOS COMENSALES DE LA BAGUETTERÍA & DELICATEZZE”				
NOMBRE DEL TESISISTA: Br. KATHERINE MILAGROS RUIZ ATOCHE				
Problemas	Objetivos	Justificación e importancia	Variable	Metodología
<p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze?</p> <p><b>Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze?</li> <li>2. ¿Cuál es el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze?</li> <li>3. ¿Cuál es la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze?</li> <li>4. ¿Cuál es el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze?</li> <li>5. ¿Cuál es el nivel de empatía del personal de la Baguetteria &amp; Delicatezze?</li> </ol>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar el nivel de calidad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze.</p> <p><b>Específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze.</li> <li>2. Establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze.</li> <li>3. Determinar la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze.</li> <li>4. Establecer el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze.</li> <li>5. Identificar el nivel de empatía del personal de la Baguetteria &amp; Delicatezze.</li> </ol>	<p>La realización de un estudio sobre la calidad de servicio de atención al cliente es un factor clave para el éxito de una empresa. Las empresas muchas veces se centran más en la calidad del producto, en la promoción o en los precios, y olvidan que el cliente es cada vez más exigente y que esta dispuesto a tomar medidas cuando una compañía no le ofrece la atención que estaba esperando, la presente investigación resulta importante porque la competencia es cada vez mayor y más diferenciada y mientras exista más competencia, los clientes tendrán mayor oportunidad de decidir donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes deciden donde consumir.</p> <p>A nivel práctico, los resultados de la aplicación del instrumento permitirán identificar los aspectos en los que la empresa presenta falencias en cuanto al ámbito de la variable de estudio. Ello porque permitirá conocer los niveles de calidad del servicio dentro de la Baguetteria &amp; Delicatezze, la investigación ayudará tener una perspectiva de los problemas existentes a los que se está refiriendo como la capacidad de respuesta, los aspectos tangibles, la fiabilidad, la seguridad y la empatía.</p> <p>Desde el punto de vista metodológico, esta investigación se justifica, porque aplicara la teoría Servperf adaptada al rubro de la empresa; gracias a la aplicación de un cuestionario que se ha adaptado a la realidad y dándole</p>	<p><b>Unidad de análisis:</b> Comensales de la Baguetteria &amp; Delicatezze</p> <p><b>Variable:</b> Calidad del servicio</p> <p><b>Dimensiones:</b> Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía</p> <p><b>Indicadores:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El equipamiento del establecimiento (menaje, zona de atención, mesas, sillas) está en buen estado de conservación.</li> <li>2. Las instalaciones son cómodas y agradables.</li> <li>3. El personal del establecimiento tiene apariencia limpia y agradable.</li> <li>4. El material informativo empleado es útil y fácil de entender.</li> <li>5. Cuando el establecimiento promete absolver algún inconveniente, cumple con ello.</li> <li>6. El personal se esfuerza por brindar un buen servicio desde el primer momento.</li> <li>7. Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal del establecimiento para que se haga cargo de mi asunto.</li> <li>8. El establecimiento concluye el servicio en el tiempo prometido.</li> <li>9. El personal del establecimiento muestra una sincera preocupación por no cometer errores.</li> <li>10. El personal del establecimiento informa oportunamente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio</li> <li>11. El establecimiento presta un servicio eficiente y oportuno.</li> <li>12. El personal del establecimiento siempre está dispuesto a atenderlo o ayudarlo.</li> </ol>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental - transeccional</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada</p> <p><b>Técnicas e instrumentos</b></p> <p><b>De muestreo:</b> Probabilístico</p> <p><b>De recolección de datos:</b> Encuesta (cuestionario)</p> <p><b>De procesamiento y análisis de datos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuestionario de calidad del servicio adaptado de la literatura de Cronin y Taylor (2014).</li> </ol> <p><b>Población:</b> 14000 atenciones a los comensales de la Bagueteria Delicatezze.</p> <p><b>Muestreo:</b> la muestra representativa estará compuesta por 194 clientes de la Bagueteria Delicatezze, asumiendo un error de precisión de 7,0 %, un nivel de confianza de 95,0 % y una probabilidad de éxito de 50,0 %.</p> <p><b>Procedimiento:</b> Objetivo 1: Para identificar el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se coordinó con el administrador a fin de poder aplicar el cuestionario Servperf, en espacios de tiempo que no significaran una afectación al normal funcionamiento del establecimiento.</li> <li>2. Se aplicó una prueba piloto a 40 clientes que acuden a la Baguetteria &amp; Delicatezze, con la finalidad de realizar el análisis estadístico confirmatorio respecto a la validez y confiabilidad del cuestionario Servperf propuesto por Cronin y Taylor (2014), donde se presentan aseveraciones de criterio personal y cuyas respuestas están constituidas en una escala de evaluación de tipo Likert de cinco valores, siendo el valor mínimo (1) totalmente en desacuerdo y el valor máximo (5) totalmente de acuerdo. El mismo que valora las cinco dimensiones propuestas por los autores: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y calidez o empatía. Para la validez de contenido se toma como referencia la universalidad de aplicabilidad del constructo a utilizar.</li> <li>3. Se digitó e ingreso el número de ítems que corresponde al cuestionario de calidad del servicio (Servperf), en la ventana “vista de variables” del</li> </ol>

		<p>validez de contenido y confiabilidad en la etapa de desarrollo mediante el índice de alfa de Cronbach.</p> <p>Desde el punto de vista social las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo ayudarán a los directivos de la organización a tener conocimiento de los condicionantes de la calidad del servicio y así tener conocimiento mas fundamentado para la implementación futura de servicios de calidad acorde a las exigencias y requerimientos de sus clientes con el objetivo de mantenerlos siempre satisfechos y de acuerdo a ello plantear nuevos estudios para mejorar la calidad del servicio.</p> <p>Finalmente, se destaca que ante la escasa información de investigaciones relacionadas en este tema en contextos comparativos internacionales, consideramos que este estudio sería una contribución académica de importancia, es decir esta investigación permitirá la ampliación de estudios en esta rama y servirá como base para próximas investigaciones</p>	<p>13. El personal del establecimiento siempre está dispuesto en responder las preguntas de sus clientes.</p> <p>14. El comportamiento del personal del establecimiento inspira confianza.</p> <p>15. Las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad).</p> <p>16. El personal del establecimiento es siempre amable con usted.</p> <p>17. El personal del establecimiento es competente y profesional.</p> <p>18. El establecimiento brinda a sus clientes una atención individualizada.</p> <p>19. Los horarios de atención del establecimiento se adaptan a las necesidades de los clientes.</p> <p>20. El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.</p> <p>21. El establecimiento se preocupa por el bienestar de sus clientes.</p> <p>22. El establecimiento comprende los gustos y preferencias de los clientes.</p>	<p>software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 25 (22 ítems que corresponden a la variable de estudio).</p> <p>4. Dígito e ingreso la data según los cuestionarios llenados por los clientes de la Baguetteria &amp; Delicatezze en la ventana “vista de datos” del software estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) en su versión 25.</p> <p>5. Una vez ingresada la información que corresponde a la data de la prueba piloto desarrollada, se procedió a calcular el Coeficiente Alfa de Cronbach, seleccionando los 22 ítems que corresponden al cuestionario, ingresando a la ventana “analizar”, luego a “escala”, finalmente a “análisis de fiabilidad”.</p> <p>6. Posterior a la obtención de las cifras que certificaron la aplicación del instrumento (valor de coeficiente Alfa de Cronbach de 0,81) se procedió a aplicar el cuestionario a 194 comensales de la Bagueteria Delicatezze.</p> <p>7. Se proceso la información obtenida producto del llenado de los 194 cuestionarios aplicados a los comensales de la Bagueteria Delicatezze, siguiendo el procedimiento descrito en los apartados (3 y 4). Además, se obtuvo el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach del estudio obteniéndose como resultado cifras de 0,81.</p> <p>8. Se procedió a calcular estadísticos descriptivos, que permitieron caracterizar eficientemente a la población objeto de estudio, mediante las variables, género, edad, estado civil y nivel de instrucción.</p> <p>9. Finalmente, se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de los elementos tangibles.</p> <p>Objetivo 2: Para establecer el nivel de fiabilidad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>2. También se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio del grado de fiabilidad.</li> </ol> <p>Objetivo 3: Para determinar la capacidad de respuesta del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>2. Se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión seguridad.</li> </ol> <p>Objetivo 4: Para establecer el nivel de seguridad del servicio que brinda la Baguetteria &amp; Delicatezze, se desarrollaron los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.</li> <li>2. Se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión capacidad de respuesta.</li> </ol>
--	--	--	--	---

				<p>Objetivo 5: Para identificar el nivel de empatía del personal de la Baguetteria &amp; Delictezze, se desarrollaron los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Los pasos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 del procedimiento descrito para el objetivo específico número 1, apoyaron el cumplimiento de este objetivo.</li><li>2. Finalmente, se calcularon medidas de tendencia central: media, desviación estándar, valor mínimo y máximo para valorar individualmente los niveles de calidad del servicio de la dimensión empatía.</li></ol>
--	--	--	--	--

### Anexo 3. Cuestionario de calidad del servicio



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CUESTIONARIO DE CALIDAD DE SERVICIO



Las siguientes afirmaciones se refieren a sentimientos de las personas en el trabajo. Por favor, lea cuidadosamente cada pregunta, decida si usted se ha sentido de esta forma y marque en el cuadro de la derecha la opción que corresponda a la frecuencia con que la ha sentido de acuerdo a la siguiente escala:

Edad: \_\_\_\_\_ Nivel de instrucción: \_\_\_\_\_

Estado civil: \_\_\_\_\_ Género: ☐ M ☐ F

1.- TOTALMENTE  
EN DESACUERDO

2.- EN  
DESACUERDO

3.- INDIFERENTE

4.- DE ACUERDO

5.- TOTALMENTE  
DE ACUERDO

		1	2	3	4	5
1	El equipamiento del establecimiento (menaje, zona de atención, mesas, sillas) está en buen estado de conservación.					
2	Las instalaciones son cómodas y agradables.					
3	El personal del establecimiento tiene apariencia limpia y agradable.					
4	El material informativo empleado es útil y fácil de entender.					
5	Cuando el establecimiento promete absolver algún inconveniente, cumple con ello.					
6	El personal se esfuerza por brindar un buen servicio desde el primer momento.					
7	Cuando necesito ayuda, siento toda la confianza de acudir al personal del establecimiento para que se haga cargo de mi asunto.					
8	El establecimiento concluye el servicio en el tiempo prometido.					
9	El personal del establecimiento muestra una sincera preocupación por no cometer errores.					
10	El personal del establecimiento informa oportunamente y con sinceridad acerca de las condiciones del servicio					
11	El establecimiento presta un servicio eficiente y oportuno.					
12	El personal del establecimiento siempre está dispuesto a atenderlo o ayudarlo.					
13	El personal del establecimiento siempre está dispuesto en responder las preguntas de sus clientes.					
14	El comportamiento del personal del establecimiento inspira confianza.					
15	Las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad).					
16	El personal del establecimiento es siempre amable con usted.					
17	El personal del establecimiento es competente y profesional.					
18	El establecimiento brinda a sus clientes una atención individualizada.					

19	Los horarios de atención del establecimiento se adaptan a las necesidades de los clientes.					
20	El personal del establecimiento actúa con discreción y respeta la intimidad del cliente.					
21	El establecimiento se preocupa por el bienestar de sus clientes.					
22	El establecimiento comprende los gustos y preferencias de los clientes.					

*Gracias por su colaboración*

## Anexo 4. Matriz de datos de prueba piloto

	Género	Edad	E. Civil	N. Inst.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	28	1	3	4	5	2	5	3	4	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	2	4	5	2	2	2
2	1	22	1	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3
3	1	33	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	25	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2	2	5	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	2	39	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2
6	2	41	1	2	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3
7	1	28	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	1	1	3	3
8	2	32	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2
9	1	28	2	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2
10	1	49	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	5	3
11	1	30	1	3	1	4	4	2	3	3	1	5	5	5	4	4	5	5	3	4	1	2	4	5	4	4
12	2	25	1	2	3	2	2	2	5	3	1	2	1	2	2	4	5	2	5	5	1	3	5	2	3	3
13	2	26	1	3	4	5	5	4	1	1	3	4	2	1	4	1	4	4	1	4	4	5	5	4	1	5
14	2	28	1	2	5	5	2	2	3	3	5	4	3	3	3	5	3	4	3	5	4	2	2	3	2	3
15	2	23	1	3	3	3	5	3	2	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	5	3
16	1	78	2	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	2	2	5	3	3	3	3	4	5	4	3	3	2
17	1	32	2	3	3	4	5	3	2	2	2	4	2	4	4	2	4	4	5	2	2	4	3	4	3	3
18	2	28	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	5	4	2	3	4	4	4	5	3
19	2	28	2	3	4	5	4	2	3	2	3	5	3	4	4	5	3	3	2	4	2	5	3	2	2	3
20	2	30	2	3	5	4	4	4	3	5	2	3	2	5	3	2	5	2	3	5	3	3	4	2	3	5
21	2	36	2	3	3	3	3	3	5	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	4	3	3	3	5	2
22	1	25	1	3	2	3	3	5	5	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	5	2	4	4	3	5	5
23	1	22	1	2	4	3	2	2	3	2	3	5	3	3	2	4	2	2	3	4	3	2	3	3	5	2
24	1	37	1	2	1	1	5	5	4	5	2	2	2	4	3	1	4	4	4	1	1	4	4	5	2	1
25	1	29	1	3	5	4	1	4	4	5	1	5	4	4	2	5	1	2	5	4	4	4	1	5	4	1
26	1	35	1	3	2	2	5	2	2	4	4	5	1	4	1	1	4	3	4	4	2	2	2	1	5	4
27	2	32	2	3	2	1	4	4	4	2	3	4	5	4	4	2	4	4	2	5	1	2	5	5	4	1
28	2	37	2	3	5	4	4	1	1	4	4	5	2	4	2	4	4	5	4	4	4	2	5	1	4	5
29	2	32	2	2	4	1	4	5	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
30	2	55	2	3	1	4	4	5	5	4	5	5	1	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4
31	1	34	1	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	3
32	1	29	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	2	34	1	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	4	4	5	5
34	2	55	2	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	4	2
35	1	65	2	3	5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	3
36	1	34	1	2	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
37	1	35	1	3	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	2	4	4	5	4	5	5	2	5	4	4	4
38	1	51	1	3	5	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	2	4	4	4	4
39	2	51	2	3	5	4	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5
40	2	65	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4

## Anexo 5. Matriz general de datos

	Género	Edad	E. Civil	N. Inst.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	1	28	1	3	4	5	2	5	3	4	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	2	4	5	2	2	2
2	2	35	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	3
3	1	22	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	78	2	3	3	2	3	3	3	1	3	2	2	5	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	1	62	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	3	2
6	2	22	1	2	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3
7	1	18	1	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	1	1	3	3
8	1	33	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2
9	2	25	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2
10	2	35	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	5	3
11	2	40	1	2	3	3	5	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	3	2	3	1	1	3	3
12	2	38	1	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
13	2	26	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3
14	2	28	1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2
15	2	79	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1
16	1	65	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	1	1	2	2
17	2	70	1	4	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1
18	2	22	1	3	5	5	2	4	2	4	2	4	4	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
19	2	39	1	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2
20	2	41	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2
21	1	47	1	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	4	4	4	4	4
22	1	55	1	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2
23	1	26	1	3	1	1	3	2	5	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	4	3	4	4	2	4	4
24	1	22	1	2	4	5	4	4	1	4	4	2	1	1	1	4	2	4	1	4	4	4	4	3	4	2
25	1	29	1	2	4	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3
26	1	28	1	3	3	3	4	1	4	2	2	2	5	2	4	3	3	3	2	5	3	4	4	2	4	4
27	1	28	1	3	4	5	4	2	2	5	2	2	3	2	5	4	4	3	2	5	4	1	4	4	2	4
28	2	35	1	2	4	3	4	4	2	5	4	2	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1	4	1	2	4
29	2	32	1	3	3	4	4	1	1	5	4	4	2	2	1	1	5	2	4	2	3	1	4	4	2	3
30	2	36	1	3	4	4	4	4	1	3	2	4	4	2	1	1	5	1	4	3	2	1	4	1	1	4
31	2	42	1	3	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
32	2	43	1	3	4	4	4	4	5	2	2	2	3	1	4	3	4	4	1	4	2	4	5	4	4	4
33	2	45	1	3	2	4	4	2	4	2	2	2	5	2	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4
34	1	80	3	3	2	4	5	2	1	3	2	2	4	2	5	4	4	4	2	5	4	3	4	4	2	4
35	1	23	1	3	4	4	4	5	2	2	2	2	2	1	2	4	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4
36	1	25	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2
37	1	28	2	3	3	3	3	1	2	3	5	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
38	1	27	2	2	1	3	3	3	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
39	1	49	2	3	1	3	2	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3
40	2	50	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
41	1	28	1	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
42	2	28	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3
43	1	30	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3
44	2	32	1	3	2	3	3	1	1	3	3	1	2	1	1	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3
45	1	65	2	3	2	3	3	3	1	3	1	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	1



46	1	67	2	2	3	1	3	2	1	2	1	3	1	2	1	3	2	3	1	3	1	2	3	3	4	3
47	1	30	1	3	2	2	2	1	1	3	1	2	3	3	2	1	1	1	3	3	1	1	3	3	3	2
48	2	30	1	3	3	1	3	5	2	2	1	2	1	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	1
49	2	22	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
50	2	25	1	2	2	2	3	3	3	3	2	4	1	3	1	3	1	2	1	3	1	2	2	3	2	3
51	2	26	1	3	2	1	3	3	3	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3
52	1	25	1	3	3	3	3	3	5	3	3	2	2	3	1	5	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2
53	2	28	1	3	2	3	3	3	5	3	1	1	1	2	1	3	1	3	1	3	2	2	3	3	2	1
54	2	30	1	3	2	1	3	3	2	3	1	2	1	1	1	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	2
55	2	32	1	3	3	2	2	1	3	3	5	1	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2
56	2	25	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	5	4	2	2	2	1	2	3	2	2	2
57	1	18	1	1	1	3	3	3	3	2	3	2	2	1	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
58	1	20	1	3	1	3	5	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
59	1	22	1	2	2	3	3	3	3	2	1	3	1	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3
60	2	23	1	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	2	18	1	1	3	3	3	3	3	5	3	1	3	1	1	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	1
62	2	19	1	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	1	1	3	3	5	1	3	3	3	3	3	3	2
63	2	28	1	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2	1	3	5	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1
64	2	21	1	3	1	4	4	4	4	5	2	2	1	2	3	4	3	4	1	4	3	2	3	4	2	4
65	2	23	1	3	2	4	4	4	4	1	1	3	1	2	3	4	3	4	1	5	3	2	4	4	2	4
66	1	78	2	3	1	4	2	4	5	3	3	3	3	1	1	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4
67	1	75	2	3	2	3	5	4	5	3	5	2	1	2	3	4	3	5	1	4	3	2	4	4	2	5
68	1	76	2	3	3	3	4	5	5	3	4	2	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	3	2	4	5
69	1	45	1	3	4	3	4	4	3	1	5	2	1	2	3	4	3	4	1	4	3	2	4	4	2	5
70	1	41	1	3	3	3	4	5	2	1	5	1	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	2	2	4	5
71	1	32	2	3	4	3	4	4	2	1	5	2	1	2	3	4	3	4	1	3	3	2	4	3	2	4
72	2	33	2	2	5	2	4	5	2	2	5	2	3	1	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	5
73	2	28	2	3	5	2	2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	2	3	3	2	4
74	2	28	2	3	5	2	4	5	4	5	4	3	1	3	3	4	3	4	1	4	3	2	4	4	2	4
75	2	26	2	3	4	2	4	5	4	4	4	5	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	3	3	2	4
76	2	30	2	3	4	1	4	4	4	2	4	5	2	3	1	5	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4
77	2	30	2	2	3	1	2	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	3	3	2	4
78	2	32	2	3	4	1	2	4	4	2	4	4	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	3	2	4	2
79	1	32	2	3	3	4	5	4	3	1	4	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2
80	2	36	2	3	3	5	4	4	3	5	4	2	1	2	3	4	3	4	1	4	3	2	4	4	3	4
81	1	38	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	3	1	3	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3
82	2	38	1	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	5	4	3	4	4	2	3	4	4	2
83	2	36	2	3	2	4	4	1	1	4	4	1	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	2	2	4	4
84	1	25	1	3	4	4	4	3	3	5	4	4	2	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	4	2	4
85	1	26	1	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
86	1	25	1	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
87	2	28	1	3	2	4	4	3	1	4	4	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4
88	2	28	1	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
89	2	29	1	3	2	4	2	2	1	2	4	2	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	4	2	4	4
90	2	29	1	3	2	2	4	1	1	4	4	1	3	1	1	5	3	4	2	2	2	4	4	2	4	4
91	1	30	1	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
92	1	25	1	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	1	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	3

93	1	25	1	3	2	3	2	2	2	3	1	1	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3
94	1	28	1	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2
95	1	22	1	2	4	4	4	3	3	5	4	4	2	2	1	1	5	2	4	2	2	3	4	4	2	4
96	1	30	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
97	2	24	1	3	3	4	4	1	1	4	4	1	3	1	1	5	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4
98	2	21	1	2	3	3	4	4	3	1	1	1	3	1	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3
99	2	22	1	2	3	4	4	1	1	4	3	1	3	1	1	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
100	2	19	1	1	3	4	4	3	1	4	4	1	3	1	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4
101	1	37	1	2	3	3	3	1	4	2	1	1	1	4	3	3	5	4	2	1	2	4	1	4	1	4
102	2	55	1	3	1	3	1	1	3	3	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	1	1	3	3	2
103	1	29	1	3	3	5	1	3	5	3	3	5	3	3	5	5	1	4	5	4	3	5	5	1	5	3
104	2	65	1	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	5	1	3	3	1	1	3	4	3	1	1
105	1	34	2	2	3	5	3	3	1	4	4	3	5	5	3	5	4	3	3	5	5	5	3	5	4	1
106	2	55	1	4	4	1	3	3	3	1	3	3	4	5	4	1	3	3	3	4	3	1	3	3	1	3
107	1	35	1	3	4	4	3	5	3	4	5	3	3	3	4	4	3	5	3	4	3	3	5	3	3	3
108	2	32	2	3	5	2	3	5	3	4	3	2	4	1	2	2	1	3	1	4	5	3	5	4	2	1
109	1	31	1	3	1	4	5	1	1	2	2	2	4	4	4	3	4	1	4	5	4	5	3	1	2	5
110	1	35	1	3	5	2	5	4	2	3	5	2	5	4	3	4	2	4	2	4	4	3	5	4	4	5
111	1	55	1	2	4	3	3	1	4	3	3	3	5	3	5	1	5	4	5	4	3	5	3	3	3	1
112	2	33	1	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	3	4	3	5	3
113	2	55	2	3	4	1	4	4	1	3	2	3	3	3	5	5	3	3	1	3	3	5	3	4	4	3
114	2	31	1	3	5	1	1	3	3	4	5	3	3	5	5	4	3	5	3	3	3	3	5	1	3	3
115	2	31	2	3	5	3	3	4	1	4	3	1	4	4	3	3	1	3	3	1	3	3	5	4	3	4
116	2	37	2	3	5	4	5	1	5	3	5	1	1	5	3	3	5	1	4	1	2	1	3	2	3	3
117	2	35	1	3	4	3	4	4	3	4	1	3	5	3	5	3	5	1	3	5	5	5	3	3	3	3
118	1	29	2	3	5	1	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	1	3	3	4	3	3	3	3	4	1
119	1	29	2	3	3	1	1	4	3	4	5	4	3	5	5	3	3	3	1	5	5	3	1	5	3	5
120	2	30	1	2	4	3	3	3	5	4	1	4	1	3	3	5	1	1	3	4	3	3	4	4	3	1
121	1	32	1	3	3	2	1	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	5	1	4	3	1	3	5	3
122	2	55	2	3	2	3	5	3	3	3	5	3	4	3	4	5	5	4	1	4	3	3	1	1	3	1
123	2	32	2	2	3	5	3	1	5	3	4	3	1	4	1	5	3	3	3	5	3	3	3	4	4	5
124	2	65	2	4	3	1	3	3	3	3	3	4	1	3	5	3	5	1	2	1	1	3	1	3	3	3
125	1	36	2	3	3	3	2	3	3	1	2	5	4	4	3	1	4	4	5	3	4	5	3	4	4	5
126	2	29	1	3	5	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5	3	5	3	3	4	1	3	5	1	3	1
127	2	32	1	3	4	4	4	4	4	3	5	5	1	3	4	3	3	3	3	3	5	3	1	1	5	5
128	2	55	2	3	3	5	5	3	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	3	5	4	5	3	3	5	4
129	2	37	1	2	1	1	4	5	4	3	3	3	3	4	3	1	3	3	2	1	3	5	1	3	1	5
130	2	31	1	3	1	1	5	3	5	3	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	1	3	4	4
131	1	34	1	3	4	5	3	1	4	4	3	1	4	3	4	5	4	3	3	4	5	3	5	3	5	5
132	1	55	1	3	3	1	3	3	3	5	5	1	3	1	3	4	3	5	3	5	4	5	3	3	3	5
133	2	65	2	3	3	3	5	5	1	3	1	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	5
134	2	31	1	3	5	3	4	5	4	1	5	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1
135	2	37	2	2	4	4	5	4	1	3	3	5	3	4	4	3	3	1	1	5	3	5	4	5	3	3
136	1	29	2	3	4	3	1	5	3	5	1	5	3	3	5	3	4	5	5	1	5	3	4	3	5	5
137	2	34	1	3	1	5	4	5	1	5	3	1	5	3	3	1	1	3	3	3	4	3	4	4	4	4
138	2	55	2	4	3	3	5	5	5	1	1	1	3	5	4	1	4	4	1	3	5	3	3	3	1	1
139	1	29	1	3	3	3	5	5	3	4	3	4	5	4	4	3	4	1	3	3	3	1	3	3	3	4

140	1	37	1	3	3	5	4	4	1	4	5	5	3	5	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	4
141	1	36	2	2	3	3	3	3	1	3	5	5	5	4	1	4	3	3	1	4	3	4	3	3	3	3
142	1	34	2	3	4	1	3	3	3	5	3	3	1	4	3	5	5	3	5	5	3	3	3	3	1	1
143	1	30	1	3	1	3	3	3	1	5	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	1	3	5	1	3	4
144	2	51	2	3	5	3	2	3	5	1	3	1	3	4	1	1	3	4	3	1	1	3	3	4	3	3
145	1	36	1	3	4	3	5	3	2	5	5	1	4	3	5	5	2	4	1	4	3	2	4	3	4	4
146	1	31	1	3	3	3	3	5	4	5	5	3	2	4	3	4	2	1	3	2	4	4	1	5	2	2
147	2	36	2	3	2	1	3	5	1	5	5	1	3	1	5	1	2	1	5	1	3	3	2	5	2	1
148	2	30	2	3	5	1	2	3	3	4	4	2	3	5	5	1	5	2	4	1	3	5	1	4	1	1
149	2	55	1	2	4	1	4	4	1	5	2	4	2	5	2	4	3	2	4	2	3	2	4	1	4	4
150	2	30	2	3	1	4	2	5	1	3	1	5	5	3	3	3	3	2	4	1	1	4	1	1	5	3
151	1	65	2	3	4	5	5	4	5	3	5	3	3	3	2	1	3	3	3	4	4	4	2	1	4	1
152	2	51	2	3	1	4	2	5	3	4	4	3	4	3	3	1	4	4	4	4	1	2	4	3	5	5
153	1	34	1	2	2	2	5	4	1	1	2	4	1	2	4	3	5	4	1	2	3	1	4	3	1	5
154	2	51	2	3	4	4	5	2	2	1	4	4	1	1	2	2	5	4	3	2	3	4	4	4	4	4
155	2	34	1	3	2	2	3	4	5	2	3	1	4	4	4	5	1	1	1	2	4	3	3	2	2	5
156	1	35	1	3	1	4	4	2	3	3	1	5	5	5	4	4	5	5	3	4	1	2	4	5	4	4
157	1	51	1	3	3	2	2	2	5	3	1	2	1	2	2	4	5	2	5	5	1	3	5	2	3	3
158	1	34	2	3	4	5	5	4	1	1	3	4	2	1	4	1	4	4	1	4	4	5	5	4	1	5
159	1	37	1	3	5	5	2	2	3	3	5	4	3	3	3	5	3	4	3	5	4	2	2	3	2	3
160	1	29	1	3	3	3	5	3	2	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	5	3
161	2	51	2	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	2	2	5	3	3	3	3	4	5	4	3	3	2
162	1	31	1	2	3	4	5	3	2	2	2	4	2	4	4	2	4	4	5	2	2	4	3	4	3	3
163	2	31	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	2	4	3	2	2	5	4	2	3	4	4	4	5	3
164	1	65	1	4	4	5	4	2	3	2	3	5	3	4	4	5	3	3	2	4	2	5	3	2	2	3
165	1	36	2	3	5	4	4	4	3	5	2	3	2	5	3	2	5	2	3	5	3	3	4	2	3	5
166	2	34	1	2	3	3	3	3	5	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	5	4	3	3	3	5	2
167	1	35	1	3	2	3	3	5	5	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	5	2	4	4	3	5	5
168	1	65	1	3	4	3	2	2	3	2	3	5	3	3	2	4	2	2	3	4	3	2	3	3	5	2
169	1	51	1	3	2	3	5	2	3	4	2	4	5	4	3	4	5	5	3	2	2	3	4	2	4	2
170	2	30	2	3	3	3	4	2	4	5	2	5	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	5	2	3	3
171	2	65	2	3	3	2	3	2	5	3	4	4	4	3	3	5	4	2	3	2	3	3	4	3	3	2
172	1	32	2	3	5	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	3	5	4	4	4	5	2
173	2	36	2	3	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	5	3	2	5	5
174	2	34	2	3	1	1	5	5	4	5	2	2	2	4	3	1	4	4	4	1	1	4	4	5	2	1
175	2	31	2	3	5	4	1	4	4	5	1	5	4	4	2	5	1	2	5	4	4	4	1	5	4	1
176	2	36	1	2	2	2	5	2	2	4	4	5	1	4	1	1	4	3	4	4	2	2	2	1	5	4
177	2	37	1	3	2	1	4	4	4	2	3	4	5	4	4	2	4	4	2	5	1	2	5	5	4	1
178	2	29	2	3	5	4	4	1	1	4	4	5	2	4	2	4	4	5	4	4	4	2	5	1	4	5
179	1	61	2	4	4	1	4	5	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4
180	1	32	2	3	1	4	4	5	5	4	5	5	1	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4
181	2	51	1	3	1	2	1	4	5	4	1	4	2	5	4	4	5	5	1	2	4	4	2	2	5	4
182	1	32	2	2	4	3	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4
183	1	65	2	3	2	4	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4
184	1	33	2	3	4	4	5	2	2	4	4	3	2	4	2	4	4	5	5	5	5	2	4	4	5	4
185	2	37	1	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	3
186	2	65	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

187	1	32	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	4	4	5	5
188	2	32	1	3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	4	2
189	1	34	2	3	5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	3
190	1	32	1	3	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
191	2	65	1	2	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	2	4	4	5	4	5	5	2	5	4	4	4
192	2	35	1	3	5	5	5	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	2	4	4	4	4
193	1	62	1	3	5	4	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5
194	2	45	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4

## Anexo 6. Fotografias



